

Treball de Fi de Grau

Títol

La Dissidència, un projecte transmèdia

Autoria

Joan Massaguer Font, Paula Montalvo Antequera, Mariona Córdoba i Miralles, Francisco Javier Aparicio de la Ossa

Professorat tutor

Carles Llorens Maluquer

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	x
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	x
Recerca	

Data

01/06/2021

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	'La Dissidència', un projecte transmèdia		
Castellà:	'La Dissidència', un proyecto transmedia		
Anglès:	'La Dissidència', a transmedia project		
Autoria:	Joan Massaguer Font, Paula Montalvo Antequera, Mariona Córdoba i Miralles, Francisco Javier Aparicio de la Ossa		
Professorat tutor:	Carles Llorens Maluquer		
Curs:	2020/21	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Jove, transmèdia, comunicació, podcast, xarxes socials
Castellà:	Joven, transmedia, comunicación, podcast, redes sociales
Anglès:	Youth, transmedia, communicationa, podcast, social media

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	El present Treball de Fi de Grau és la memòria del procés de creació de 'La Dissidència', un projecte transmèdia de divulgació de problemàtiques juvenils. El mitjà neix de les inquietuds de quatre joves sobre dificultats amb les quals es troben en el seu dia a dia. L'objectiu és comunicar, denunciar i, alhora, buscar-hi solucions. El projecte integra un programa de ràdio en format podcast i unes xarxes socials on s'ofereix contingut extra.
Castellà:	El presente Trabajo de Fin de Grado es la memoria del proceso de creación de 'La Dissidència', un proyecto transmedia de divulgación de problemáticas juveniles. El medio nace de las inquietudes de cuatro jóvenes sobre dificultades con las cuales se encuentran en su día a día. El objetivo es comunicar, denunciar y, a la vez, buscar soluciones. El proyecto integra un programa de radio en formato podcast y

	unas redes sociales donde se ofrece contenido extra.
Anglès:	<p>This <i>End of Degree Project</i> is the memory of the process of creating 'La Dissidència', a transmedia project to spread youth problems. The media is born of the concerns of four young people about the difficulties they encounter on a daily basis. The main goal is to communicate, denounce and, at the same time, seek solutions. The project integrates a radio program in podcast format and social media where extra content is offered.</p>

0.- Índex

0.- Índex	1
1.- Introducció	5
1.1.- Presentació del projecte	5
1.1.1.- Què és <i>La Dissidència</i> ?	5
1.1.2.- Presentació dels components del programa	6
1.2.- Anàlisi de l'entorn: context sociopolític	7
1.2.1.- Context Ràdio Sabadell, espai on neix i es desenvolupa <i>La Dissidència</i>	10
1.2.1.1- Per què Ràdio Sabadell?	11
1.3.- Anàlisi del mercat	12
1.3.1.- Sector radiofònic	12
1.3.2.- Amb qui competeix <i>La Dissidència</i> a les ones?	16
1.3.3.- Amb qui competeix <i>La Dissidència</i> a les xarxes socials?	17
1.3.3.1.- Twitter	20
1.3.3.2.- Instagram	21
2.- Desenvolupament del projecte	23
2.1.- Justificació i singularitat del projecte	23
2.2.- Naming	24
2.3.- Eslògan	24
2.4.- Estructura del Programa	25
2.4.1.- L'Editorial	25
2.4.2.- El Reportatge	26
2.4.3.- Mirall a l'Exterior	26
2.4.4.- L'altaveu	27
2.5.- Identitat Sonora	27
2.5.1.- Músiques	27
2.5.2.- Separadors	28
2.5.3.- Tipus de veu	29
2.6.- Xarxes socials	29

2.6.1.- Instagram	30
2.6.1.1.- Dades d'Instagram	31
2.6.1.2.- Continguts d'Instagram	31
2.6.2.- Twitter	33
2.6.2.1.- Dades de Twitter	33
2.6.2.2.- Contingut de Twitter	34
2.6.3.- TikTok	35
2.6.3.1.- Dades de TikTok	35
2.6.3.2.- Contingut de TikTok	35
2.6.4.- Linktree	36
2.6.5.- Plataformes de contingut d'àudio: Spotify i Ivoox	36
2.6.5.1.- Spotify	36
2.6.5.2.- Ivoox	37
2.7.- Identitat Visual	37
2.7.1.- Logo: formal, però trencador	37
2.7.2.- Paleta de colors: trencar amb l'ordre establert	38
2.8.- DAFO	40
2.9.- Objectius del projecte	41
2.10.- Públic objectiu	42
2.11.- Organigrama	45
2.12.- Rutines de producció	46
2.12.1- Xarxes Socials	47
2.12.1.1.- Llançament inicial de les xarxes socials	47
2.12.1.2.- Rutines setmanals	47
3.- Aspectes Econòmics i Legals	49
3.1.- Pressupost	49
3.2.- Finançament	52
3.3.- Constitució Legal	53
3.3.1.- Responsabilitat dels socis	54

3.3.2.- Òrgan que pren les decisions	55
3.3.3.- Nombre de persones necessàries per a la constitució	55
3.3.4.- Capital mínim necessari	56
3.3.5.- Distribució dels beneficis	56
4.- Memòria de la part pràctica	58
4.1.- Fitxes dels programes	58
4.1.1.- Salut mental	58
4.1.2.- Atur juvenil	61
4.1.3.- Emancipació	63
4.1.4.- Alcohol	65
4.1.5.- Addicció a les Xarxes Socials	67
4.1.6.- MENA	69
4.1.7.- Lligar	71
4.1.8.- Català	73
4.1.9.- Ludopatia	75
4.1.10.- Emprenedoria	77
4.1.11.- Maternitat	79
4.1.- Mostra dels continguts creats	81
4.1.1.- Ràdio	81
4.1.2.- Xarxes Socials	81
5.- Conclusions	82
6.- Agraïments	83
7.- Bibliografia	84
8.- Annexos	91
8.1.- Guions dels programes	91
8.1.1.- Salut Mental	91
8.1.2.- Atur Juvenil	101
8.1.3.- Emancipació	110
8.1.4.- Alcohol	120

8.1.5.- Addicció a les Xarxes Socials	131
8.1.6.- MENA	142
8.1.7.- Lligar	151
8.1.8.- Català	162
8.1.9.- Ludopatia	172
8.1.10.- Emprenedoria	181
8.1.11.- Maternitat	191
8.2.- Enquestes dels programes	200
8.3.- Mostra de continguts a xarxes socials	204
8.3.1.- Llançament de les xarxes socials	204
8.3.1.1.- Instagram	204
8.3.1.2.- Twitter	206
8.3.2.- Continguts de Salut Mental	210
8.3.2.1.- Instagram	210
8.3.2.2.- Twitter	216
8.4.- Agenda de contactes	224

1.- Introducció

1.1.- Presentació del projecte

1.1.1.- Què és *La Dissidència*?

La Dissidència és un podcast de periodicitat setmanal dedicat als problemes de la joventut en l'actualitat, que posa l'accent en l'ús de les xarxes socials com a principal eina de comunicació amb el públic. El programa busca omplir un buit en el mercat radiofònic actual, ja que no existeix cap altre programa que tracti d'una manera rigorosa les problemàtiques dels més joves i, encara que en l'actualitat existeixen programes dirigits als joves, solen ser en clau humorística i d'entreteniment, deixant en un segon pla la informació. Per tant, hi ha un nínxol de mercat lliure per oferir continguts informatius i divulgatius allunyats de paternalismes i estereotips.

Per què és necessari un producte com *La Dissidència*? *La Dissidència* neix per ser un espai pels joves que veuen com les seves problemàtiques no són tractades en els mitjans de comunicació. Un exemple és un informe de la Universitat Complutense de Madrid, segons el qual els joves d'entre 18 i 24 anys són el grup d'edat que presenta més símptomes relacionats amb l'ansietat (34,6%) i depressió (42,9%) durant el confinament viscut el passat 2020 a causa de la pandèmia de la Covid-19¹. Dit amb altres paraules, un de cada cinc espanyols presenta símptomes clínicament provats de depressió, ansietat o estrès posttraumàtic. En el cas dels més joves, a més, s'ha d'afegir la inestabilitat i precarietat del mercat laboral, amb un 40,1% d'atur juvenil segons l'Institut Nacional d'Estadística (INE), la impossibilitat d'emancipació i d'accedir a l'habitatge o l'addicció a les xarxes socials, entre altres aspectes. Totes aquestes problemàtiques no tenen cabuda en els mitjans de comunicació, ja que plantegen unes agendes més focalitzades a un públic adult.

Es tracta d'una sèrie de programes monogràfics que posen el focus en diferents problemàtiques que viuen els joves en l'actualitat: addicció a les xarxes socials, atur juvenil, salut mental, emancipació, alcohol i drogues, menors estrangers no acompanyats, ludopatia, emprenedoria, maternitat jove, lligar i català i els joves. És un programa dinàmic i didàctic que posa al centre les necessitats i l'estil de vida del seu target. El programa s'adapta a la perfecció als nous formats amb un producte multiplataforma, que s'emetrà a Ràdio Sabadell, Spotify i Ivoox; i que disposarà de continguts a Instagram, Twitter i TikTok. Tot això fet per un

¹ Valiente, C., Vázquez, C., Peinado, V., Contreras, A., Trucharte, A., Bentall, R., & Martínez, A. (2020, 2 maig). *PSYCHOPATHOLOGY AND POSITIVE MENTAL HEALTH: MECHANISM AND INTERVENTIONS*. Universidad Complutense de Madrid & Universidad de Sheffield. Recuperat de: <https://www.ucm.es/inventap/file/vida-covid19--informe-ejecutivomalestar3520-final-1>

equip de quatre persones joves que viu les mateixes problemàtiques que la seva audiència i que utilitza en el seu dia a dia les eines professionals del periodisme amb què volen aportar el seu gra de sorra a la societat actual.

1.1.2.- Presentació dels components del programa

La Dissidència és un programa per a gent jove, però el factor més important és que l'elabora també gent jove. Persones (i professionals) que viuen les problemàtiques de les quals parlen en primera persona i, per tant, saben de primera mà què senten els seus potencials oients davant aquestes. A més, com s'ha esmentat amb anterioritat, els membres del programa són professionals del periodisme, un factor diferencial per apropar els temes a peu de carrer d'una manera molt més elaborada i contextualitzada. Per tant, qui forma *La Dissidència*?

En primer lloc, la Paula Montalvo, estudiant de quart de Periodisme i del Mínor d'Estudis de Gènere a la Universitat Autònoma de Barcelona. Procedent de Riudoms, treballa en l'actualitat a Baix Camp Ràdio, un mitjà de comunicació local de la comarca. També col·labora amb la revista local del seu poble, *l'Om - FemSafareig.cat*. A la vegada, desenvolupa les tasques de *community manager* a *Onada Feminista*, un mitjà transmèdia sorgit també d'un Treball de Fi de Grau de la mateixa universitat. Va treballar dos anys al mitjà digital *Catalunya Diari* (catalunyadiari.cat).

En segon lloc, el Joan Massaguer, també estudiant de quart de Periodisme amb Menció en Ciberperiodisme i Noves Plataformes de Comunicació a la Universitat Autònoma de Barcelona. Procedent de Girona, en l'actualitat produeix i dirigeix el programa *Onze de Gala* a UAB Ràdio. Prèviament, en el mateix mitjà havia dirigit i presentat el matinal informatiu *Bon dia, Autònoma!* i la radiofórmula *Sis Cordes*. També ha treballat en premsa escrita, va estar un estiu a *Catalonia Today*.

En tercer lloc, la Mariona Córdoba, estudiant de quart de Periodisme amb Menció en Periodisme Especialitzat en Política Econòmica a la Universitat Autònoma de Barcelona. Va fer el Cours de Televisió Informativa a *Radiofònics* i a partir d'allà ha estat redactora d'informatius a Ràdio Sabadell i en l'actualitat és col·laboradora al programa *Tot a Europa* de Ràdio 4 (Radio Nacional de España).

En quart lloc, el Xavi de la Ossa, estudiant de quart de Periodisme amb Menció en Periodisme Especialitzat en Política Econòmica a la Universitat Autònoma de Barcelona. Fa quatre anys que col·labora en diferents mitjans digitals esportius i paral·lelament també participa en diferents podcasts. En l'actualitat analitza el FC Barcelona Femení a *Estadi Johan*, on també

és tertulià del podcast *Pioneras del Balón*. Va fundar *Línea Perica*, on analitza el RCD Espanyol Femení i produeix el podcast *Blanquiblaves*. Des del passat febrer forma part del departament de Comunicació del CE Europa.

Els quatre futurs comunicadors pateixen en primera persona les problemàtiques que tracten al programa i aquesta és la inspiració inicial per crear el programa. En una primera anàlisi, *La Dissidència* va detectar que hi havia un forat al mercat en tant que no existia un programa radiofònic que tractés els problemes dels joves des d'una perspectiva no humorística. Tots els productes en el mercat tenien l'humor com a argument principal i deixaven la rigorositat i la documentació en segon pla. Per tant, el motiu principal per crear *La Dissidència* és construir una comunitat on es tracti les problemàtiques de la gent jove des d'una perspectiva informativa i divulgativa. A més, l'equip va tenir l'oportunitat de fer-ho en un espai local i creant una comunitat, dos aspectes que cap dels programes existents està cuidant. *La Dissidència* arriba per cobrir aquest espai.

1.2.- Anàlisi de l'entorn: context sociopolític

La joventut actual ha hagut d'aguantar el pes d'un món en transformació. Als canvis tecnològics que han revolucionat la manera d'entendre i afrontar les relacions personals i professionals s'afegeix la inestabilitat que apareix després d'un període relativament tranquil, acabada la Segona Guerra Mundial. Espanya ha hagut de fer front a la corrupció i a la pèrdua de confiança en les principals institucions estatals, una situació que ve de la transició, tal com diu Manuel Villoria a *La corrupció a España: trets i causes essencials*: "Les persones amb responsabilitat per dissenyar el model que havia de regir el sistema polític van decidir que les normes havien d'incentivar la governabilitat i desincentivar la inestabilitat [...] Els resultats en termes de prosperitat, convivència i justícia han estat bons, però han arribat molt possiblement al seu punt d'esgotament. Les institucions generades dificulten el control, són poc incentivadores de la representativitat i afavoreixen l'opacitat, l'abús de poder i la corrupció"².

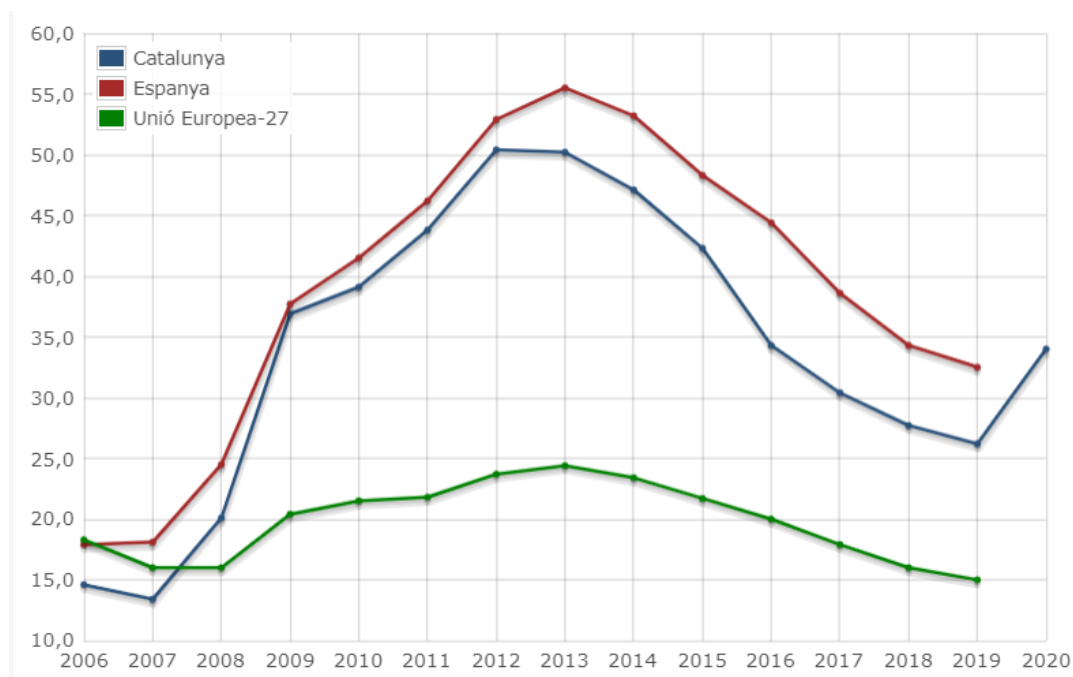
La falta de confiança en les institucions no és l'únic problema que afronta el jovent, que alhora veu com les seves oportunitats professionals són escasses i no hi ha cap solució. Segons Francesc Valls Fonayet a *L'Impacte de la crisi entre els joves a Espanya*, el fet que sigui el mercat privat qui proveeixi serveis i que la política pública sigui tan dèbil a l'hora d'igualar oportunitats, afavoreix la vulnerabilitat social juvenil i la reproducció de les desigualtats

² Villoria, M. (2015). La corrupción en España: rasgos y causas esenciales. *Cahiers de civilisation espagnole contemporaine*, 15. Recuperat de: <https://doi.org/10.4000/ccec.5949>

socials³. Una vulnerabilitat que s'ha vist agreujada amb les crisis de l'any 2008 i l'actual del Coronavirus, tal com es pot veure a l'estudi sobre la salut mental dels espanyols durant la pandèmia, publicat pel Centre d'Estudis Sociològics (CIS), on parlen que un 30,3% dels joves catalans d'entre 18 i 24 anys ha tingut trastorns d'ansietat, el doble que els joves a la resta de l'estat (15,8%). A més, afegeix que el 42,8% dels joves han plorat per les conseqüències de la COVID-19⁴.

Espanya, a més, és un dels països d'Europa que més ha patit les conseqüències de les dues crisis. Tal com es pot veure al Gràfic 1, Espanya està per sobre de la Unió Europea en atur en menors de 25 anys. El nombre d'aturats segueix a l'alça i se situa en el 40,4% el setembre de 2020, segons Datos Macro. Apropant-se a la dada més alta el febrer de 2013, quan es va enregistrar un 55,8% d'aturats menors de 25 anys. La tendència és lleugerament millor a Catalunya, tot i que no dista molt del cas estatal, on l'atur entre els menors de 25 anys el 2020 és del 34% segons dades de l'institut d'Estadística de Catalunya (Idescat).

Gràfic 1. Taxa atur menors de 25 anys 1995. Catalunya, Espanya i Unió Europea. 2006-2020



Font: Idescat

La taxa tan alta d'atur juvenil comporta que molts d'aquests joves no es puguin emancipar. Segons un estudi sobre l'accés a l'habitatge del Consell Nacional de la Joventut a Catalunya,

³ Francesc, V. F. (2015). El impacto de la crisis entre los jóvenes en España. *Revista de Estudios Sociales*, 54, 134–149. Recuperat de: <https://doi.org/10.7440/res54.2015.10>

⁴ Centre d'Investigacions Sociològiques (CIS): Estudio nº 3312 *Encuesta sobre la salud mental de los/las españoles/as durante la pandemia de la COVID-19*. Febrero de 2021. Recuperat de: http://datos.cis.es/pdf/Es3312sdMT_A.pdf

l'any 2020 un 40% dels joves que va marxar de casa va haver de compartir pis destinant un 40% del sou a pagar el lloguer de l'habitació. Un percentatge molt petit (un 6%) va poder permetre's emancipar-se completament, però aleshores va haver de destinar el 60% del seu salari a lloguer. Catalunya és la Comunitat Autònoma amb més percentatge de persones menors de 30 anys que s'han independitzat (22,6%) envers el 19% que es va enregistrar l'any 2019 a la resta d'Espanya. Aquesta baixa emancipació es deu als preus de lloguer i de la compra d'habitatges, la precarietat de les feines dels joves i els baixos sous que cobren. Segons dades del Consell de Joventut d'Espanya (CJE), el preu del lloguer d'un habitatge és més gran que el sou d'aquest sector de població i el pagament d'una hipoteca comportaria destinar-hi un hipotètic 115% del sou.

Les desavinences amb el sistema també han comportat un conjunt de moviments socials que reclamen més drets dels ciutadans i ciutadanes. L'exemple més clar és el feminisme que, en un context de crispació, troba l'oportunitat de reivindicar el paper de la dona enfront un sistema patriarcal que ha fracassat. També és molt destacable el moviment del 15-M, o moviment dels indignats, en què els joves van acampar a les places d'arreu d'Espanya per reclamar un model de país més allunyat dels bancs i del bipartidisme que ha predominat a l'estat espanyol des de les eleccions de 1979. El moviment del 15-M ha derivat fins i tot a un partit polític que ha arribat al govern espanyol⁵. D'altra banda, però, assistim a moviments ultraconservadors i nacionalistes que no busquen més que tornar a posar l'atenció en el país, al·ludint a què la globalitat ha acabat amb l'estat del benestar. Aquests moviments han culminat en fenòmens a gran escala, com el Brexit o l'elecció de Donald Trump com a president dels Estats Units d'Amèrica el 2016⁶.

Per tant, els joves viuen en un món que s'està transformant contínuament i s'han hagut d'adaptar a diferents circumstàncies que els ha portat, entre d'altres, a perdre la credibilitat en les principals institucions que governen els diferents estats i el món en l'àmbit internacional. A això se suma una taxa d'atur, a Espanya i Catalunya cada cop més alta i una impossibilitat de progressió, en molts aspectes de la seva vida, caldo de cultiu per molts dels moviments socials presents en l'actualitat.

⁵ Calvo, K. i Alvarez, I. (2015) *Limitaciones y exclusiones en la institucionalización de la indignación: del 15-M a Podemos*. Revista Española de Sociología, 24. 115-122. Recuperat de: <https://gedos.usal.es/handle/10366/126561>

⁶ Guterson, H. (2017) *From Brexit to Trump: Anthropology and the rise of nationalist populism*. American Ethnologist Volume 44, Issue 2 p. 209-214. Recuperat de: <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/amet.12469>

1.2.1.- Context Ràdio Sabadell, espai on neix i es desenvolupa La Dissidència

Com el programa s'insereix en la graella de Ràdio Sabadell, aspecte que s'aclarirà en l'apartat 1.2.1.1, es fa necessari descriure i explicar el context de la ràdio municipal. Les emissions de ràdio a Sabadell comencen l'any 1927 amb la creació de Ràdio Club Sabadell. En primera instància, feien divulgació tècnica de la radiodifusió i també cobrien esdeveniments culturals i agenda cultural de la ciutat.

El Decret de 8 de desembre de 1932 autoritzava al govern a instal·lar estacions radioelèctriques i l'arrendament de programes de la Xarxa Nacional de Radiodifusió. Segons aquest decret, la Direcció General de Telecomunicacions podia autoritzar l'establiment d'emissores de petita potència i caràcter local si complien dos requisits:

1. L'emissió havia de ser d'àmbit local i només podia haver-hi una emissora per localitat.
2. Potència màxima de dos-cents watts per l'emissió.

Josep Corbella Santamaría, president de Ràdio Club Sabadell, va rebre la concessió i va crear Ràdio Sabadell EAJ-20 (emissora número vint d'Espanya). L'Ajuntament va ajudar amb 1.000 pessetes la nova emissora, que va començar a emetre el 5 d'agost de 1933 coincidint amb la Festa Major. El primer director va ser Vicenç Colomer Catafau i el primer locutor Lluís Papell i Comes. La primera programació era molt semblant a la de Ràdio Club Sabadell, amb la diferència que emetien també avisos, petits anuncis i recitals de poesia.

La Guerra Civil i l'entrada de les tropes franquistes va comportar que la ràdio quedés sota el control de Radio Nacional de España, en aquell moment controlada pel servei de Prensa y Propaganda del Movimiento. Va ser així fins al 1940, quan José Corbella, titular de la concessió de l'emissora, la va llogar per 500 pessetes mensuals a Juan Vidal Prat, que era el propietari de Ràdio Badalona EAJ-39. El 30 de juliol de 1931 Corbella va transferir la concessió a Emisiones Radiofónicas SA (ERESA). El 31 de juliol de 1941, coincidint novament amb la Festa Major, es van inaugurar les noves instal·lacions i l'equip tècnic de l'emissora i el 1943 l'Ajuntament va concedir una subvenció mensual de 250 pessetes.

L'any 1950 Juan Vidal Prat va intentar recuperar Ràdio Badalona al·legant que la constitució de l'empresa havia estat un frau i que el contracte d'ERESA era invàlid. Això va provocar que Ràdio Sabadell estigués a punt de desaparèixer, fins que el 31 de juny de 1952 l'empresari Francisco de Paula Gambús Armengol va redactar un contracte de compravenda amb els accionistes d'ERESA per valor d'1,5 milions de pessetes per fundar la Compañía de Emisiones y Publicidad SA (CEPSA). Des de llavors va comptar amb molts propietaris, entre els quals estaven Caixa Sabadell, COPE i Com Ràdio, fins que va tancar l'any 1995.

L'any 2001 es va rehabilitar una casa senyorial al carrer Doctor Puig per acollir la ràdio local. Des d'aleshores Ràdio Sabadell emet contingut propi les 24 hores del dia. Les emissions van començar l'1 d'octubre de 2001 gràcies a Manuel Bustos, alcalde socialista.

1.2.1.1- Per què Ràdio Sabadell?

El projecte de *La Dissidència* va néixer en el context d'UAB Ràdio, que havia de ser l'emissora que albergués el programa en primera instància. No obstant això, la Mariona Córdoba, aprofitant que estava fent pràctiques a Ràdio Sabadell, va proposar als membres de l'equip d'emetre el programa en aquesta ràdio per la quantitat d'oportunitats que oferia portar el programa a una ràdio que ha estat lloc d'aprenentatge de grans periodistes del panorama comunicatiu català actual.

Amb el vistiplau de l'equip, la Mariona va fer la proposta al Sergi Garcés, cap d'antena de Ràdio Sabadell, que va acceptar la proposta en una reunió amb tot l'equip de *La Dissidència* a les instal·lacions de la ràdio. En aquesta reunió, l'equip va vendre la seva idea, va explicar-li en què consistia i per què un programa per a joves era una bona aposta per l'emissora, que no té cap espai en la graella dedicat a aquest públic objectiu. Ràdio Sabadell va acceptar i l'equip va veure satisfeta la seva intenció de consolidar el programa en la xarxa de comunicació catalana de manera més contundent en un espai reconegut dins el món comunicatiu, que permetés que professionals del sector arribessin amb més facilitat al programa. Aquesta intenció neix amb l'objectiu de crear la possibilitat de portar *La Dissidència* a quotes més altes en un futur.

En la reunió es van parlar els termes de l'acord. L'objectiu de l'equip del programa era comptar amb el suport de l'emissora per fer millor difusió de *La Dissidència*. Aquest aspecte es va aconseguir amb el vistiplau del director i el compromís per compartir el contingut produït també a l'emissora i a les xarxes socials. A més de promocionar l'estrena als informatius del dia. En segon lloc, es va demanar l'ús de l'espai, és a dir, dels estudis, i l'ajuda dels tècnics de la casa, tant a l'hora de la gravació com en la postproducció del programa. Aquest terme no es va poder aconseguir a causa de les mesures de seguretat COVID-19. Tot i això, l'equip de Ràdio Sabadell es va posar a disposició per quan fos possible el seu ús. A més d'assignar-los un tècnic per revisar tots els continguts i millorar-ne la qualitat en postproducció. També es van acordar el nombre de programes, una desena, i l'hora d'emissió. Els components del programa van demanar que se'ls-hi assignes una franja horària de tardes, per poder fer-ne un seguiment a xarxes. Pel que fa a la data d'estrena, Sergi Garcés, va deixar-la en les mans de l'equip per prioritzar la qualitat i no la immediatesa amb l'única condició que, a partir de la

primera emissió, tots els programes s'havien d'enviar el dilluns de la mateixa setmana de publicació al servei tècnic de Ràdio Sabadell.

Finalment, Ràdio Sabadell i *La Dissidència* van arribar a un acord per emetre onze programes sobre les següents problemàtiques juvenils: addicció a les xarxes socials, atur juvenil, salut mental, impossibilitat d'emancipar-se, alcohol i drogues, MENAS, ludopatia, ús del català, lligar, maternitat i empenedoria. L'horari d'emissió dels programes és dimecres de 19:30-20 hores en directe i després la mateixa ràdio penja el podcast a la pàgina web, a Spotify i a IVoox. Com hi ha una situació de pandèmia mundial, la ràdio té restriccions quant a gravació de programes a l'estudi. Sense pandèmia, Ràdio Sabadell ofereix el seu estudi i un tècnic per tal que *La Dissidència* pugui gravar tots els seus programes. Donada la situació d'excepcionalitat, els components del programa han de gravar als estudis de UAB Ràdio i passar els programes a Ràdio Sabadell, que els revisa i els millora, adaptant-los a les necessitats de l'emissora. Un cop no hi hagi restriccions, *La Dissidència* es gravarà i pujarà des de Ràdio Sabadell amb tècnic posat per la ràdio.

1.3.- Anàlisi del mercat

La Dissidència és un projecte radiofònic i digital, que dona molta importància a les xarxes socials. Com que el públic objectiu va dels setze fins als trenta-quatre anys, hi ha un desnivell generacional que es compensa amb convencionalitat i modernitat a la mateixa vegada. Convencionalitat perquè es tracta d'un programa de ràdio, gravat i emès en antena. Modernitat perquè també estarà en format podcast i organitzat de tal manera que es pugui penjar per fragments a les xarxes socials. A més, és únic, ja que ni el sector radiofònic ni el digital tenen cap projecte multiplataforma que ompli aquest buit de mercat. Això sí, existeix competència indirecta, dirigida al mateix públic objectiu, però que tracta diferents temes.

1.3.1.- Sector radiofònic

La ràdio és un dels sectors més importants i rellevants dins el món de la comunicació. Segons la 3a Onada de l'EGM, les principals emissores radiofòniques catalanes van incrementar els oients. Així RAC1 compta amb 866.000 oients, Catalunya Ràdio 641.000 i la Cadena SER 421.000⁷. Com s'explica l'èxit de la ràdio? Es tracta d'un format comunicatiu que s'adapta

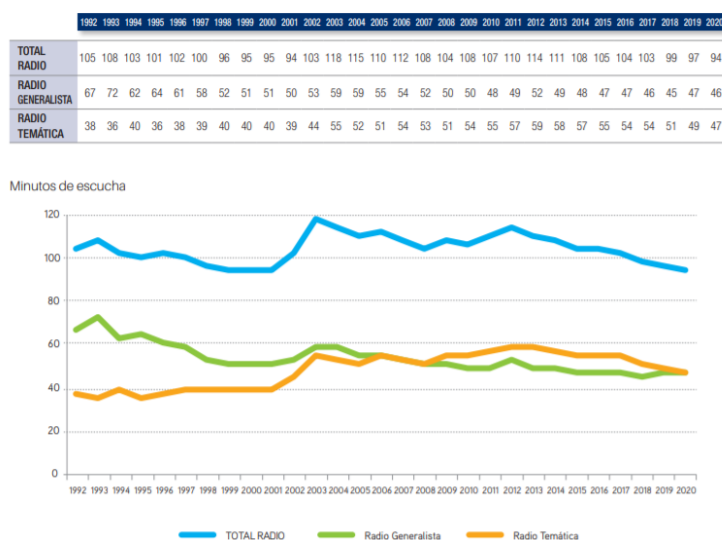
⁷ Ràdio Associació de Catalunya – Augmenta el consum de ràdio en català, segons l'EGM de finals d'any. (2020–12-02). Recuperat de: <http://radioassociacio.cat/augmenta-el-consum-de-radio-en-catala-segons-legm-de-finals-dany/>

cada vegada més a les necessitats de l'oient. No obstant això, segons el Marco General 2021 de l'Associació per la Investigació de Mitjans de Comunicació (AIMC)⁸ hi ha hagut un consum decreixent de la ràdio en el període 1992-2020 i està en mínims històrics.

Gràfic 2. Evolució del consum de ràdio 1992-2020

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE RADIO - 1992-2020

Media en minutos sobre el total población

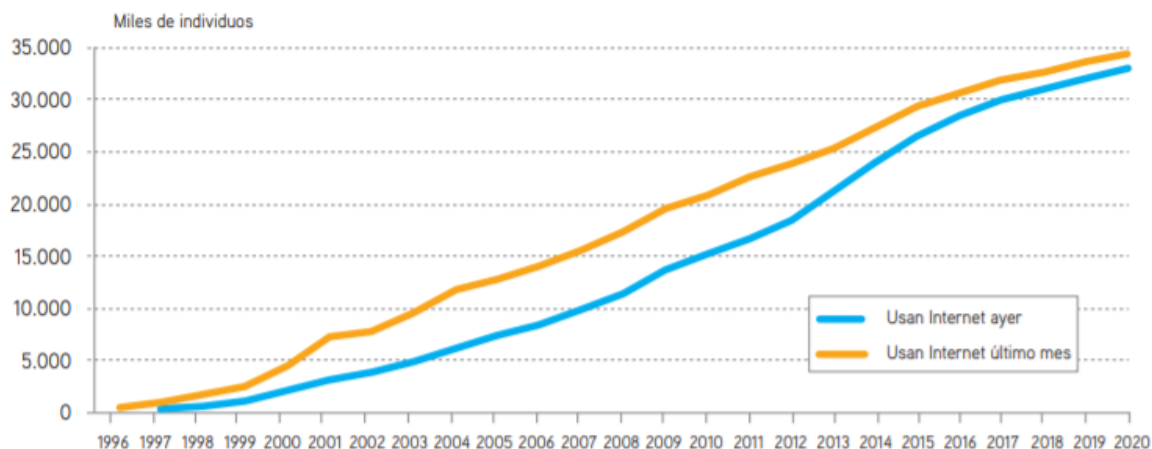


Font: AIMC

Aquestes dades negatives d'audiència a la ràdio es complementen amb les bones dades d'audiència a internet, on la gràfica és ascendent. Segons el mateix informe de l'AIMC, el 1996 uns cinc milions de persones utilitzaven internet mentre que el 2020 el nombre d'usuaris ha pujat fins als trenta-cinc milions de persones. És a dir, quasi un 75% de la població d'Espanya està connectada i utilitza internet.

⁸ Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2021). Marco General de los Medios en España. Recuperat de: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2021/02/marco2021.pdf>

Gràfic 3. Evolució consum internet 1996-2020



Font: AIMC

Aquesta darrera dada explica el motiu pel qual la majoria de programes de ràdio acaben convertint-se en podcast. Després d'emetre'ls en directe, les emissores els pengen a plataformes com Spotify o IVoox, aconseguint que el producte sigui més versàtil i flexible de cara al públic. D'aquesta manera es cobreixen les necessitats de l'oient, ja que pot escoltar els continguts que més els interessin, on, com i quan vulgui; encara que la xifra és baixa, segons el Marco General 2021, 2.400.000 (7%) persones descarreguen i escolten podcast a internet, mentre que 23.400.000 (68%) utilitzen xarxes socials. En aquest context, *La Dissidència* està en una situació ideal, ja que té molta presència a xarxes socials i, gràcies a això, l'audiència arriba al podcast.

La ràdio és el tercer mitjà, després de televisió i Internet, amb més penetració entre els grups d'edat als quals es dirigeix *La Dissidència*. Segons el Marco General 2021, en el grup d'edat enquadrats dins el nostre *target* hi ha els següents percentatges de penetració de la ràdio:

- 14-19 anys: 45,35%
 - En aquesta franja d'edat, la ràdio no és el mitjà que més penetració té, ja que es veu avantatjada per televisió (78,9%) i Internet (95,8%). En canvi, els diaris tenen menys penetració que tots els altres mitjans (9,7%).
- 20-24 anys: 48,6%
 - En aquest grup d'edat passa el mateix que amb el primer perquè el diari és el mitjà que té menys penetració (12,7%) i tant televisió (78,8%) com Internet (97,9%) avantatgen la ràdio en aquest aspecte.

- 25-34 anys: 54,5%
 - La tendència es manté en aquest grup, però amb més presència de penetració del diari (15%), un petit retrocés en televisió (77,8%) i estadístiques similars a Internet (97,3%).

És curiós comprovar com la penetració del diari creix a mesura que s'avança en el grup d'edat, confirmant la teoria que la gent jove cada cop llegeix menys el diari. No obstant això, que segons l'edat el diari tingui més penetració no implica necessàriament que els altres mitjans la perdin, com es pot comprovar en dades de televisió i Internet. Aquesta conclusió no és menor, ja que quan parlem de penetració de diaris també s'ha de fer de ràdio perquè, tot i tenir xifres millors que el paper, la tendència és exactament la mateixa. A més edat més penetració té la ràdio.

En aquesta línia, a Catalunya hi ha un 55% de la població interessada en la ràdio i té una mitjana d'escolta de 96 minuts. Per tant, Catalunya és una de les Comunitats Autònomes en les quals menys ràdio s'escolta amb un 53-56% de penetració general enfront de la part nord-oest de la Península, que té més del 60% en molts casos.

Gràfiques 4 i 5. Consum relatiu i promig de ràdio a Espanya (2020)

CONSUMO RELATIVO DE RADIO - 2020

Audiencia acumulada diaria

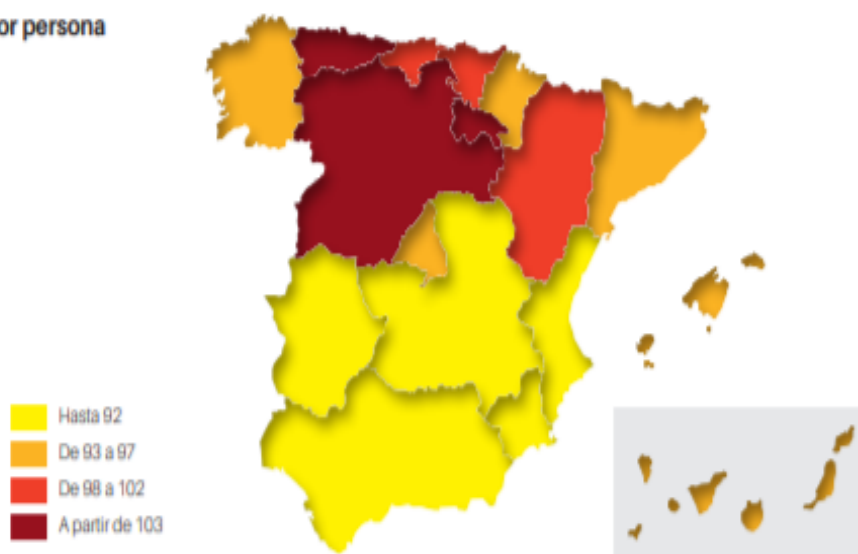
Penetración (%)



CONSUMO PROMEDIO DE RADIO - 2020

Minutos de escucha diaria por persona

Media en minutos



Font: AIMC

1.3.2.- Amb qui competeix *La Dissidència* a les ones?

Adolescents XL - Catalunya Ràdio

Programa que s'emet cada nit a la segona cadena amb més oients de Catalunya. En Roger Carandell, la Marta Montaner i la Juliana Canet parlen "de les il·lusions, somnis i frustracions d'una generació que no ho té fàcil". Fan referència a les dues grans crisis viscudes en el segle XXI (la de 2008 i la de la Covid-19) i ho fan amb un llenguatge distès, apropant-se a la gent per conèixer les seves històries. A part d'emetre els programes en antena, els penegen en format podcast a les següents plataformes: Spotify, iTunes, Ivoox i Google Podcast.

En termes d'audiència, Adolescents XL té 37.000 oients del programa emès en directe, segons informa Catalunya Ràdio amb dades d'EGM. A Ivoox tenen menys de 25 reproduccions per programa, i a la llista de Youtube tenen, a dia 16 de maig, 93 vídeos amb un total de 8000 reproduccions. Segons el vídeo, tenen molta diversitat de visualitzacions, ja que en alguns vídeos com l'entrevista a Mar Lucas passen de les 44.000 reproduccions però en d'altres com "Nostàlgia: Qui posava la veu a en Shin-Chan en català?" en tenen 3.000. Per tant, podem extreure la conclusió que no tenen un gran volum de públic fidelitzat que consumeix tot el contingut que publiquen, però sí que gaudeixen de canals de difusió com perquè contingut esporàdic arribi a tenir més de 40.000 reproduccions.

Gent de merda - Spotify i YouTube

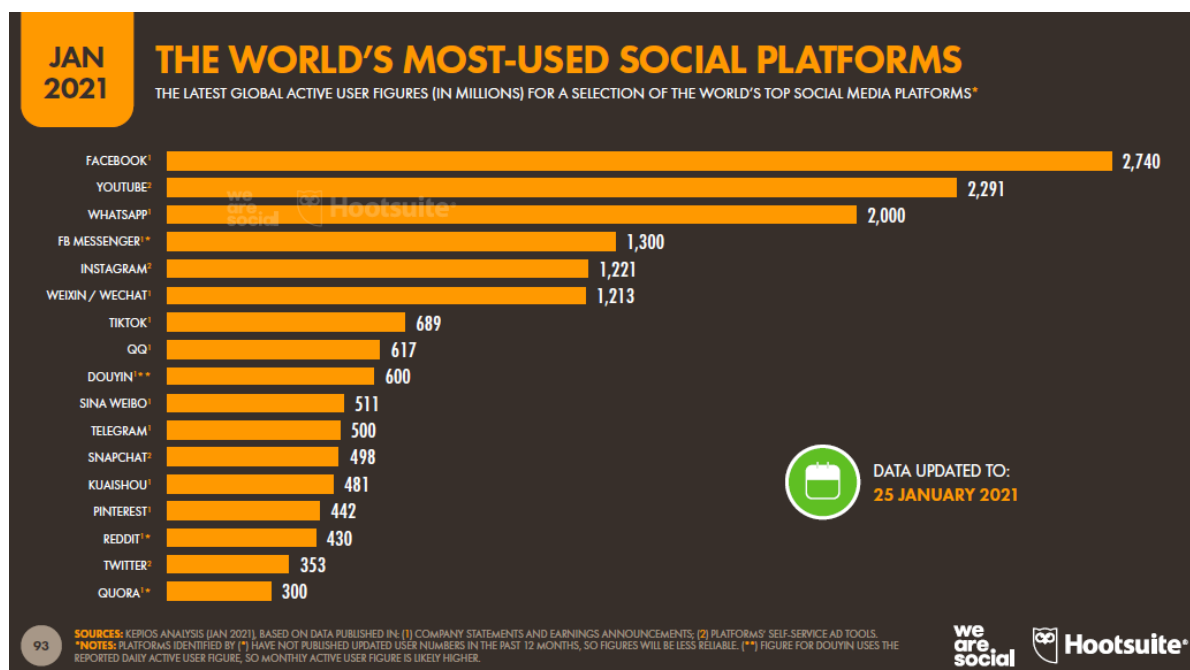
És un programa en clau humorística i fet per dones (Clàudia Rius, Paula Carreras, Rita Roig i Ofèlia Carbonell), tret diferencial respecte a altres programes. Cada setmana porten un convidat i tot el programa gira entorn d'una temàtica que, sovint, està relacionada amb la professió o les aficions de l'entrevistat. El contingut és més distant de la proposta que fa *La Dissidència*, però hi ha molt protagonisme de gent jove, tant les integrants del programa com els convidats ho solen ser. Van començar l'any 2019 i s'emet a Ràdio Primavera Sound. Una vegada emès, es penja a Spotify i alguns fragments a YouTube on, a més, fan resums dels programes. Tenen al voltant de 1300 subscriptors i els vídeos oscil·len entre les 600 i les 1500 visualitzacions. Actualment ja han publicat dues temporades completes, de 67-68 programes cascuna, i han començat la tercera temporada de *Gent de Merda*.

El programa té una durada de poc més de mitja hora, entre 32 i 37 minuts, segons cada episodi. Aquest és un dels aspectes en què *La Dissidència* s'ha inspirat, la facilitat d'escoltar un podcast curt acompanyat d'un llenguatge distès que sovint sembla una conversa entre amigues, però amb convidats que aporten aquest valor afegit en les seves explicacions i aportacions.

1.3.3.- Amb qui competeix La Dissidència a les xarxes socials?

En l'àmbit de la comunicació, les xarxes socials són un dels grans motors. En un principi, van ser creades pensant en l'entreteniment, però avui en dia són plataformes on cada cop més hi ha difusió d'informació. De fet, les empreses cada vegada cuiden més els missatges comunicatius a les xarxes socials i, tenir una bona reputació en elles, és una garantia d'aconseguir atraure nous clients pel teu negoci. Els mitjans de comunicació no escapen aquesta realitat, ja que a través de les xarxes aconsegueixen interacció amb l'audiència, que cada cop se sent més partícip en la creació de nous continguts.

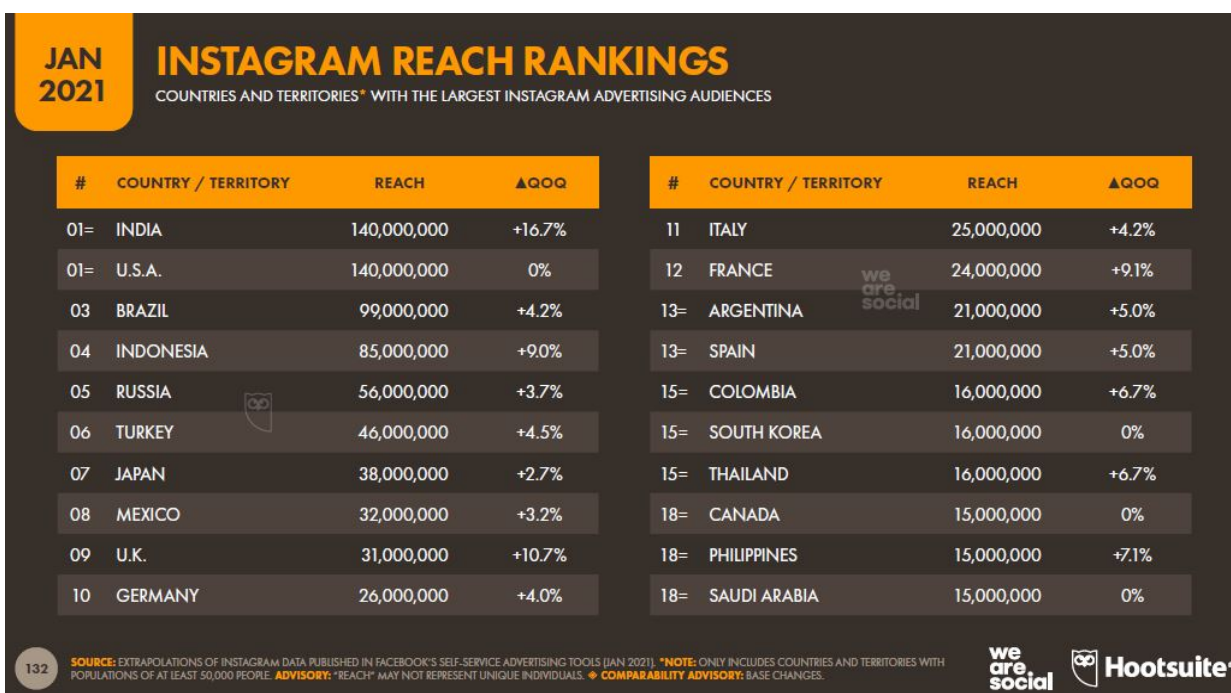
Gràfic 6. Les xarxes socials més utilitzades del món 2021



Font: We are Social & Hootsuite 2021

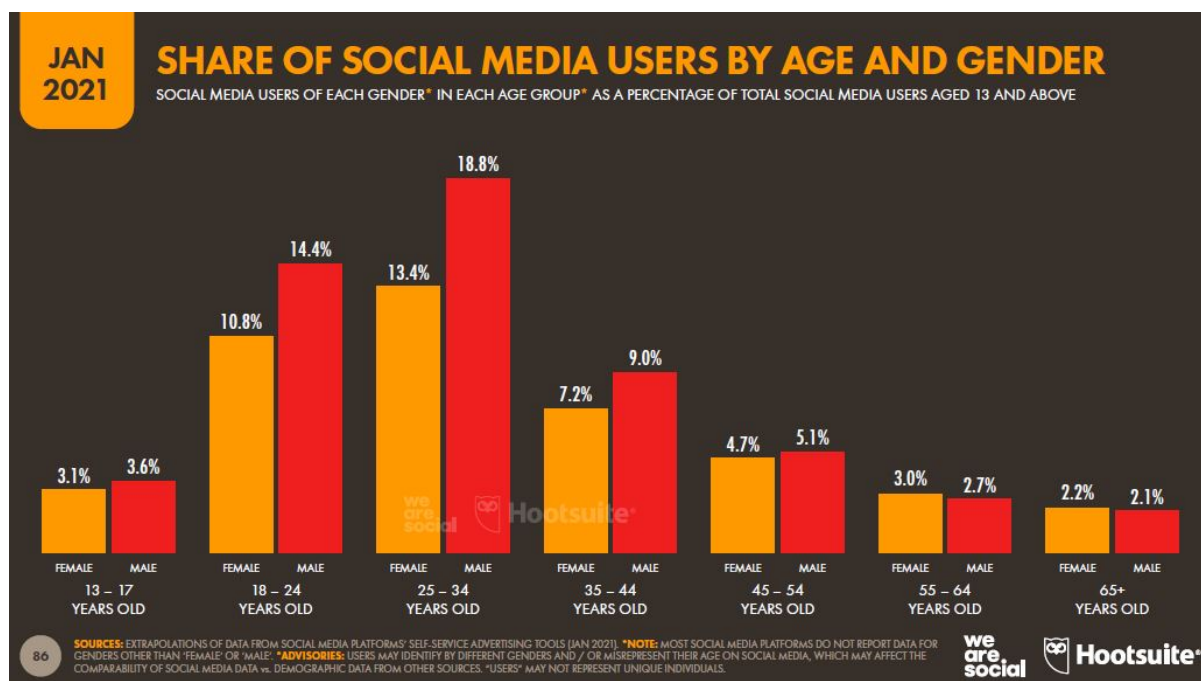
El gener de l'any 2021, les empreses *We are Social* i *Hootsuite* van fer l'estudi *Digital 2021 Global Digital Overview*. En aquest estudi es detallen variables d'ús de les xarxes socials en l'àmbit mundial⁹. En el Gràfic 6 del treball es pot veure un rànquing de les més utilitzades entre la població de tot el món fins al gener de 2021. És interessant veure com Facebook manté la primera plaça, mentre que Instagram és cinquè i Twitter està a la penúltima posició. Ara, en les gràfiques 7 i 8 es pot observar com Espanya és el tretzè i dotzè país en utilització d'Instagram i Twitter, respectivament. Per tant, encara que Facebook sigui la més utilitzada, en l'àmbit nacional (i català) és més ambiciós apostar per Instagram i Twitter.

⁹ *Digital 2021*. (2021, 15 febrer). We Are Social. Recuperat de: <https://wearesocial.com/digital-2021>



Font: We are Social & Hootsuite 2021

Per últim, abans d'analitzar la competència a les xarxes socials, i com es pot observar a les gràfiques 9 i 10, cal destacar que el grup d'edat que més les utilitza és la franja compresa entre els 18-24 anys, que és una de les característiques del públic objectiu de La Dissidència.



Font: We are Social & Hootsuite 2021

1.3.3.1.- Twitter

Adolescents XL

El compte de Twitter d'Adolescents XL arriba a 2.221 seguidors. El programa per a joves de Catalunya Ràdio publica contingut diari a Twitter, a excepció dels caps de setmana. L'únic contingut que publiquen és una piulada al dia. Aquesta consisteix en un resum d'una secció del programa i un enllaç que et redirigeix a l'article de la pàgina web de l'emissora, des d'on es pot escoltar tot el programa en diferit.

A banda d'això, a Twitter, cal destacar que *Adolescents XL* no interactua directament amb els seus oients.

Mood Z

Mood Z publica de forma diària a Twitter i compta amb 2.675 seguidors. La seva estratègia digital no queda clara, ja que el seu contingut és molt variat i les seccions alberguen informació molt diversa. En la seva majoria, les piulades inclouen un vídeo explicatiu que amplien la

informació tractada. Els vídeos estan fets en un llenguatge informal i proper, igual que l'*attrezzo* d'aquests, que solen ser casolans o neutres.

A diferència d'*Adolescents XL*, a Twitter, *Mood Z* dóna molta importància a la interacció amb el públic. Tot plegat, ho fa utilitzant l'argot juvenil amb naturalitat i publicant enquestes, preguntes obertes o animant a participar en alguna iniciativa que l'equip ha ideat. A més, també es manté actualitzat fent explicacions i anàlisis de les notícies més sonades del moment.

Gent de Merda

El podcast en català liderat per quatre noies joves és un dels comptes referenciats amb més força a Twitter. *Gent de Merda* té 8.662 seguidors i una estratègia digital molt clara. Cada setmana pengem un fil de Twitter amb l'enllaç del programa, qui és el convidat i quins temes tracten, la pàgina web recomanada de la Fundació PuntCat, que forma part de la secció inicial del programa, i informació extra sobre la temàtica tractada. A banda d'aquest fil, el que fan és aprofitar la difusió que la resta de gent fa a les xarxes. Per una banda, publiquen les piulades de les quatre components en relació amb el programa del dia; i per altra, fan *Retweet* i *Like* a moltes de les piulades que fan els oients, mantenint-se properes al seu públic i posant en valor l'opinió d'usuaris que l'han escoltat.

A més, *Gent de Merda* cuida la seva identitat visual respectant el disseny gràfic de cada publicació que fan i seguint unes rutines de producció setmana rere setmana.

1.3.3.2.- Instagram

Adolescents XL

Adolescents XL no compta amb un perfil propi a Instagram. No obstant això, sí compten amb els perfils de *@adolescents_cat* i de *@adolescentsicat* dedicats a un petit sector del nostre *target*: de 13 a 18 anys, amb 136.000 i 19.900 seguidors respectivament. Pengem tota classe de contingut, però en la seva majoria és contingut sobre societat, cultura o safareig.

La majoria de publicacions solen comptar amb un vídeo explicatiu del contingut. Des d'entrevistes a peu de carrer fins a vídeos més casolans o, fins i tot, des de Catalunya Ràdio. En algunes de les publicacions també generen debat entre el seu públic per impulsar la interacció.

Mood Z

L'aposta juvenil de TV3 segueix la mateixa línia que *Adolescents XL*, però donant més protagonisme als joves que hi participen i que generen el contingut publicat. En aquest perfil tenen 4.641 seguidors i totes les seves publicacions consisteixen en vídeos explicatius tractant diversos temes, des d'educació sexual fins a política.

En aquest cas, ni *Mood Z* ni *Adolescents XL* segueixen cap identitat visual, aspecte que des de *La Dissidència* s'ha volgut posar en valor, sota la supervisió de la dissenyadora gràfica Magda Martínez Martos.

Devermut

El perfil *Devermut* d'Instagram no és competència directa, és un bon exemple del que volem aconseguir a les nostres publicacions i, a més, compten amb 728.310 seguidors. És un perfil d'una parella homosexual en què es fa difusió de temàtiques feministes i, quan s'escau, tracten temes d'actualitat com poden ser els conflictes entre Palestina i Israel o les eleccions estatunidenques. Quan fan aquest tipus de contingut, creen unes publicacions en forma de *slide*, en què donen informació bàsica i ampliable sobre allò que tracten. Ho fan sempre amb una identitat visual molt concreta i fàcil d'identificar. De fet, aquestes sovint són virals, ja que són molt fàcils de compartir i interactuar.

Una vegada analitzada la competència, *La Dissidència* recull tots els punts positius i les mancances de cadascun d'aquests mitjans i crea un producte que posa l'accent en la identitat visual, és a dir, que sigui fàcil d'identificar només amb les seves publicacions; que pengi contingut diari a les xarxes socials, a més de fer un seguiment en directe durant l'emissió; i, per últim, que impulsi molt la interacció amb els seus oients, creant debats i fent participar als seus seguidors per tal de crear comunitat. L'estratègia de xarxes socials i les rutines de producció s'expliquen amb més detall en l'apartat 2.6 i 2.7 d'aquest treball.

2.- Desenvolupament del projecte

2.1.- Justificació i singularitat del projecte

La Dissidència compta amb tres factors diferencials respecte als altres projectes que existeixen al mercat mediàtic actual. El primer factor és que es tracta d'un programa nou i que, per tant, ha pogut estudiar en profunditat tant els mitjans de comunicació com les seves rutines de producció i la manera que tenen de fer els programes dedicats a la gent jove en l'actualitat. No només ho coneix, sinó que s'adapta i fa una proposta de valor diferencial que el porta a sortir com un producte existent, però innovador. Es pot dir que *La Dissidència* és una evolució dels programes existents i aquesta evolució arriba en forma de rigorositat i informació.

El segon factor és que neix dintre un mitjà de comunicació públic com és Ràdio Sabadell i amb el contingut autoproduït. Per tant, el contingut que genera és original i proposat pels col·laboradors que conformen el programa des del seu naixement. A més, en desenvolupar la seva activitat en una ràdio local pública, el programa manté la pluralitat d'actors i d'opinions, en reflex de la societat actual, on conviuen persones amb tota mena idiosincràsies.

El tercer factor diferencial i el més important és que *La Dissidència* el formen quatre joves estudiants que estan a punt d'acabar els seus estudis universitaris. Per tant, es tracta de quatre persones que viuen les problemàtiques de les quals parlen al programa i tenen les mateixes inquietuds que l'audiència a qui es dirigeixen. En aquest context, la sintonia del programa amb la seva audiència és màxima i això és un factor diferencial, ja que els mitjans de comunicació hegemònics no han sabut apropar-se a la seva audiència i això els ha allunyat d'aquesta.

També cal destacar que el projecte neix en un moment on les xarxes socials cada dia tenen més força i serveixen tant per entretenir-se com per informar-se. Per aquest motiu, *La Dissidència* és un projecte transmèdia. No només es basa en el programa de ràdio, sinó que, utilitzant aquesta gran eina que són les xarxes socials, aboca contingut extra a cadascuna de les seves plataformes: Instagram i Twitter. Aquestes ajuden a trobar un espai on exposar tota la informació que no s'ha pogut explicar en els trenta minuts de programa, com s'explica en detall a l'apartat 2.6.

2.2.- Naming

Per què *La Dissidència*? La idea original ha patit modificacions per adaptar-se al producte que finalment surt al mercat. En una primera presa de contacte, el grup va acordar anomenar el programa *L'Oasi*, basant-se en la definició del Gran Diccionari de la llengua catalana, que diu que “un oasi és un lloc, temps, situació... que permet un repòs físic o psíquic, que és com una excepció enmig del desordre, dels neguits, etc.”. Aquesta era l'essència inicial del programa, ja que enmig de la incertesa i la negativitat del futur dels joves, es volia aportar un refugi on resoldre aquests dubtes i buscar solucions.

No obstant això, el plantejament inicial no va convèncer els components del grup, que van donar-li una volta a la idea per buscar una nova manera d'arribar als més joves. La idea de *L'Oasi*, que va captivar de primeres, presentava moltes falles que haguessin perjudicat el desenvolupament del projecte al llarg termini. La nomenclatura infantilitzava el producte i queia en els estereotips que es volien evitar des del principi. A més, tampoc captava l'essència del que es pretén aconseguir amb aquest espai radiofònic.

Per tant, s'havia de pensar una manera més directa i clara d'arribar al jove i que, a la vegada, aquest se sentís representat amb un producte fet exclusivament per a ell i elaborat per gent que està en la seva mateixa situació. Després de diverses solucions que no arribaven a l'estàndard marcat, va sorgir la idea de *La Dissidència*, que per definició anava a la perfecció amb la idea principal del programa. “Dissidència és un desacord parcial o total amb l'ordre establert”. Més que buscar un oasi, els joves no estan d'acord amb la seva situació actual ni amb com s'està gestionant i, en aquest context, en el podcast tenen un lloc on se'ls donarà veu i s'aportaran solucions.

2.3.- Eslògan

Un cop definit el nom del programa com *La Dissidència*, es van decidir els eslògans que acompanyarien el nom, tant el principal com els secundaris, que sonen en diferents moments dels programes. Així doncs, l'eslògan és: “*La Dissidència*: el programa en què parlem de tot el que no podem parlar”. S'ha escollit aquest eslogan perquè és la manera més directa d'enganxar un públic jove que veu com algunes de les seves realitats més properes estan silenciades als mitjans de comunicació i molts cops tampoc es poden tractar en converses personals, ja que són temàtiques estigmatitzades. Per això *La Dissidència* posa el focus en parlar de tot allò de què ara mateix no té un espai als mitjans.

Com a complement a l'eslògan principal, el programa compta amb quatre separadors, que van abans de les seccions dels diferents col·laboradors, i que combinen l'humor amb certa serietat, intentant apropar-se així a la població jove. Així doncs, els quatre separadors, complementaris amb l'eslògan, són els següents:

- *La Dissidència*: l'única cita que tindràs en pandèmia.
- *La Dissidència*: apuja el volum per escoltar la vida de forma diferent.
- *La Dissidència*: no se'ns acaben les queixes.
- *La Dissidència*: la versió sense pressupost del 30 minuts.

2.4.- Estructura del Programa

Des del primer moment, *La Dissidència* havia de ser un projecte que s'adaptés al 100% al seu *target*. Per fer-ho els seus components tenien clar que havia de ser un programa dinàmic i amb un llenguatge informal. A més, tenint en compte el nostre públic i els percentatges d'escolta de ràdio que té, van decidir que la durada seria d'entre 26 a 27 minuts i que es podria escoltar en diferit en les plataformes de Spotify i Ivoox, a banda de la pàgina web de Ràdio Sabadell. El format podcast és un dels més consumits del moment i, juntament amb la durada, fan compatible l'escolta amb moments de quotidianitat com un viatge en tren o en cotxe.

Pel que fa a l'estructura hem dividit el programa en quatre seccions:

2.4.1.- L'Editorial

L'editorial té una doble funció. Per una banda, fer una introducció de la temàtica del dia d'una manera dinàmica i amb contundència. Per altra banda, també és una manera de fer una crítica de la societat i, en concret, del que es tracta en aquell programa. Encara que el text està redactat i locutat per la conductora, Mariona Córdoba i Miralles, els altres tres components del grup també hi participen. El text s'idea i es revisa de forma conjunta. D'aquesta manera l'editorial és del conjunt de l'equip.

Una vegada exposada l'editorial, es dona la benvinguda als oients i donem pas a la següent secció.

2.4.2.- El Reportatge

El Reportatge, locutat i produït entre la conductora i Joan Massaguer, és el gruix del programa i ocupa entre 15 i 16 minuts. Com el seu nom indica, en aquesta secció exposem a l'oient tota la informació necessària per entendre la base del problema i, a més a més, saber-ne una mica més. El reportatge es confecciona a partir de la veu dels experts. Per a cada temàtica produïm entre 3 i 5 entrevistes amb diversos experts sobre el tema: professors d'universitat, psicòlegs, sociòlegs, sindicats, associacions, etc. A més, com tota la informació aconseguida no té cabuda al programa, a les xarxes socials es pot trobar molta més, com altres declaracions o informació de servei per als joves que escolten *La Dissidència*.

L'equip de *La Dissidència* ha tingut en compte que, durant 15 minuts, la informació estricta pot resultar feixuga i sovint els joves desconnecten per l'allau de dades. Per aquest motiu, és molt important dinamitzar la secció. La fórmula perfecta per fer-ho és impulsar la interacció entre els locutors, de maneres diferents per cadascuna de les seccions. En el cas del reportatge, aquestes interaccions són converses entre els participants en què s'exposen vivències personals sobre el tema per il·lustrar que els joves vivim aquestes problemàtiques o per mostrar que les dades, entre ells, es confirmen o no. Fent-ho sempre de manera natural i amb un llenguatge informal.

Gràcies a les tutories amb el tutor del Treball de Final de Grau, l'equip ha decidit que la pròxima temporada el nom de la secció passarà a ser *La Veu dels Experts*. Es modificarà, ja que el format de la secció no s'acaba d'adaptar al reportatge radiofònic tradicional, on apareixen més recursos sonors, canvis d'escena, etc.

2.4.3.- Mirall a l'Exterior

La secció de Paula Montalvo, *Mirall a l'Exterior*, obre fronteres i crea una perspectiva més àmplia de la temàtica del dia. L'objectiu d'aquest apartat és mostrar com viuen aquestes realitats en altres països. Des de l'inici, els components del grup, van considerar important no exposar únicament problemes, sinó que també volien ensenyar una mirada optimista i mostrar que en altres parts del món han trobat alternatives per millorar o canviar el sistema establert. En alguns programes, també s'exposen casos mediàtics que han succeït.

En la mateixa línia que la secció d'*El Reportatge*, sobre cada cas o alternativa que s'exposa es crea una taula de debat o un intercanvi d'opinions entre els locutors, donant aquest espai de reflexió i dinamització per mantenir els oients connectats.

2.4.4.- L'altaveu

Per últim, no es volia deixar l'humor fora del programa i, tot i que durant el seu transcurs es nota la química entre els col·laboradors, la secció de *L'Altaveu* crea un espai més distès amb l'objectiu de transportar als oients a una sobretaula entre amics. Xavi de la Ossa és l'encarregat de portar-ho a terme. La secció recull, en clau d'humor, tota mena de contingut publicat a les xarxes socials, des de tuits de joves que escolten el programa fins a polèmiques polítiques o tests d'afinitat.

Durant *L'Altaveu* predomina la interacció entre l'equip i la comunitat formada a les xarxes socials amb la finalitat de, tal com s'exposa al nom, donar veu a allò que pensen els joves, experiències personals o comentaris respecte al contingut exposat.

Al final del programa, la conductora acomiada als oients i dóna a conèixer a quines plataformes poden trobar el programa per tal de gaudir-lo en qualsevol moment del dia.

2.5.- Identitat Sonora

2.5.1.- Músiques

Com en tots els aspectes del projecte, la identitat sonora ha evolucionat a mida que passaven els programes. En un inici, es van utilitzar músiques dels anys 80 i 90. Es va prendre aquesta decisió, ja que és una música que aporta un valor afegit a la velocitat i a la dinàmica del programa. Aquest estil de música aporta ritme als programes i gràcies a aquestes sintonies també mantenim a l'oient actiu en l'escolta.

Després d'enregistrar 5 programes, es van fer alguns canvis. Una vegada el programa ja estava més assentat, l'equip de *La Dissidència* va mantenir la identitat sonora de les nostres seccions, però va canviar l'estil de les músiques utilitzades en el transcurs del programa, amb l'objectiu de donar-li més importància a la música i treballar en detall l'emotivitat i el significat d'aquesta.

Per a les seccions, que s'esmenten a l'apartat anterior, hem escollit les següents cançons:

- **BSO de *La Dissidència*:** Snow (Hey Oh!) - Red Hot Chilli Peppers
- **El Reportatge:** Junk Of The Heart (Happy) - The Kooks
- **Mirall a l'exterior:** All Star - Smash Mouth

- **L'altaveu:** She's So Lovely - Scouting For Girls

A banda d'aquestes sintonies, durant la resta del programa s'utilitzen altres cançons per a donar aire a la locució i aportar emotivitat. A partir del cinquè programa totes les cançons van relacionades amb les temàtiques que es tracten. Les músiques segueixen la informació i aporten el valor afegit que buscava l'equip, sigui amb el significat o amb l'efecte estètic dels seus ritmes. A continuació, exposem uns exemples:

- MENA

En aquest programa es vol apel·lar a l'emotivitat i empatia dels oients. Per aquest motiu, algunes de les músiques, com *Africa* de TOTO o *Who's Gonna Build Your Wall* de Tom Russell apel·len amb els seus ritmes a les emocions. A més de l'emotivitat dels sons, també s'han escollit cançons carregades de significat i denuncia com *Vamos pal Mar* de Tribade o *Clandestino* de Manu Chao que, tot i tenir més ritme, també aporten el valor afegit que es buscava.

- Emprenedoria

El programa dedicat a l'emprenedoria té un objectiu completament diferent: motivar als joves a emprendre. Les cançons tenen més ritme i més força. Alguns exemples són: *Billionaire* de Travie McCoy i Bruno Mars o *BUSINESS WOMAN* de Nathy Peluso.

- Català i joves

Totes les cançons del programa dedicat a la pèrdua al català són, òbviament, en català i fetes per grups joves i emergents. Amb la finalitat de reivindicar l'ús de la llengua en tots els àmbits de la nostra vida quotidiana i en la cultura i, a més a més, posar en relleu la tasca social de grups com 31FAM o The Tyets per portar el català a un tarannà més urbà i col·loquial.

2.5.2.- Separadors

Pel que fa als separadors, l'equip volia buscar un aire fresc i juvenil i no conformar-se amb els tradicionals usats per anunciar la data d'emissió o amb l'eslògan principal del programa. Per fer-ho, es va fer un *brainstorming* d'idees fins a trobar els definitius, esmentats en l'apartat 2.3. Un gran referent per trobar aquesta part de la nostra identitat sonora és *La Sotana*. Un programa d'esports i d'humor conduït i produït per l'Andreu Juanola. Les frases dels

separadors es relacionen ràpidament amb el programa i, tot i que els programes tenen pocs punts en comú, la idea va néixer principalment d'aquí.

Els separadors, tal com la naturalesa de la paraula indica, s'utilitzen per separar les diferents seccions del programa. D'aquesta manera, es faciliten els canvis de música i, per l'oient, és més fàcil identificar el canvi de secció.

Per tots els vocals es va comptar amb la col·laboració d'Aleix Graell, periodista de Ràdio Sabadell i ex-estudiant de la Facultat de Ciències de la Comunicació. És una veu jove, en la línia del programa i, de tota la plantilla de l'emissora, la que més s'adapta a l'estil de La Dissidència.

2.5.3.- Tipus de veu

La varietat de timbres de veu en un programa de ràdio és fonamental per evitar la monotonia sonora i per mantenir l'atenció de l'oient. A gran escala, predominen quatre veus, les de cada un dels integrants del programa, el 50% de les quals són masculines i l'altra meitat femenines. A part d'això, tant les veus masculines com les femenines són diferents entre elles. Per ser més concrets, la veu de Joan Massaguer té un to més baix que la de Xavi de la Ossa, i un accent més tancat que reafirma i accentua la diferència entre les veus. En el cas de les veus femenines, la veu de Mariona Córdoba té un to més agut que la de Paula Montalvo.

A més, com que es procura que hi hagi paritat entre les fonts utilitzades pel reportatge la varietat de veus es manté també amb les veus d'experts i fonts dels reportatges.

També és important la diferència d'accents que té el programa. Pel fet que els integrants són de llocs diferents de Catalunya els accents i dialectes són variats i otorguen riquesa sonora al programa.

2.6.- Xarxes socials

Les xarxes socials, juntament amb el programa de ràdio, configuren el total del projecte. L'objectiu d'aquestes és, no només complementar, sinó que afegir més contingut al podcast, convertint-se en un projecte transmèdia.

Les xarxes socials formen part actualment dels mitjans principals de consum d'informació, mentre que alhora també els usuaris s'entretenen amb la resta de contingut.

Apostar per un contingut entretingut i alhora informatiu ha estat una fita a aconseguir des del primer moment, per a poder assolir un dels principals objectius: atraure els joves i ser el mitjà de comunicació transmèdia de referència sobre la realitat que viuen.

Les xarxes que des d'un principi s'han tingut en consideració han estat Instagram i Twitter, i més tard també es va incloure a la llista la plataforma TikTok. A l'apartat 2.13.1 s'especifica i es fa més èmfasi en quines són les rutines de producció i planificació de cada xarxa social.

2.6.1.- Instagram

Instagram és una plataforma de descàrrega gratuïta la qual va ser desenvolupada per Kevin Systrom i Mike Krieger l'any 2010, i la qual actualment forma part a l'empresa 'Facebook'. Aquesta es fonamenta en la compartició de fotografies i vídeos amb amics i seguidors. Aquestes es poden realitzar amb el telèfon mòbil i penjar-les posteriorment, o fer-les directament des de l'aplicació. A més, també permet editar les imatges o aplicar-hi filtres. Totes les publicacions es poden acompanyar d'un text, afegir-hi una ubicació o etiquetar a gent que hi apareix.

Actualment, hi ha diferents tipologies de publicacions:

- Publicació normal: pot constar d'una o més (fins a una suma total de deu) imatges o vídeos de fins a un minut de durada. Aquestes apareixen al perfil de l'usuari automàticament.
- *IGTV*: vídeos sense durada màxima, els quals poden ser en vertical o horitzontal. L'usuari pot escollir si aquests es publiquen al *feed* del perfil, o bé s'incorporen a una finestra nova i exclusiva dels IGTV.
- *Instagram Reels*: vídeos amb una durada màxima de trenta segons, els quals només es poden compartir en format vertical. L'usuari pot escollir si aquests es publiquen al *feed* del perfil, o bé s'incorporen a una finestra nova i exclusiva dels Instagram Reels.
- *Instagram Stories*: imatges o vídeos de fins a quinze segons de durada, els quals només estaran disponibles durant 24 hores des de la seva publicació. Aquests apareixen a la barra superior de la pantalla principal, i poden utilitzar-se amb diversos gadgets, com la ubicació, menció de persones, etiquetes amb coixinet (#), GIFs, cançons, entre d'altres.

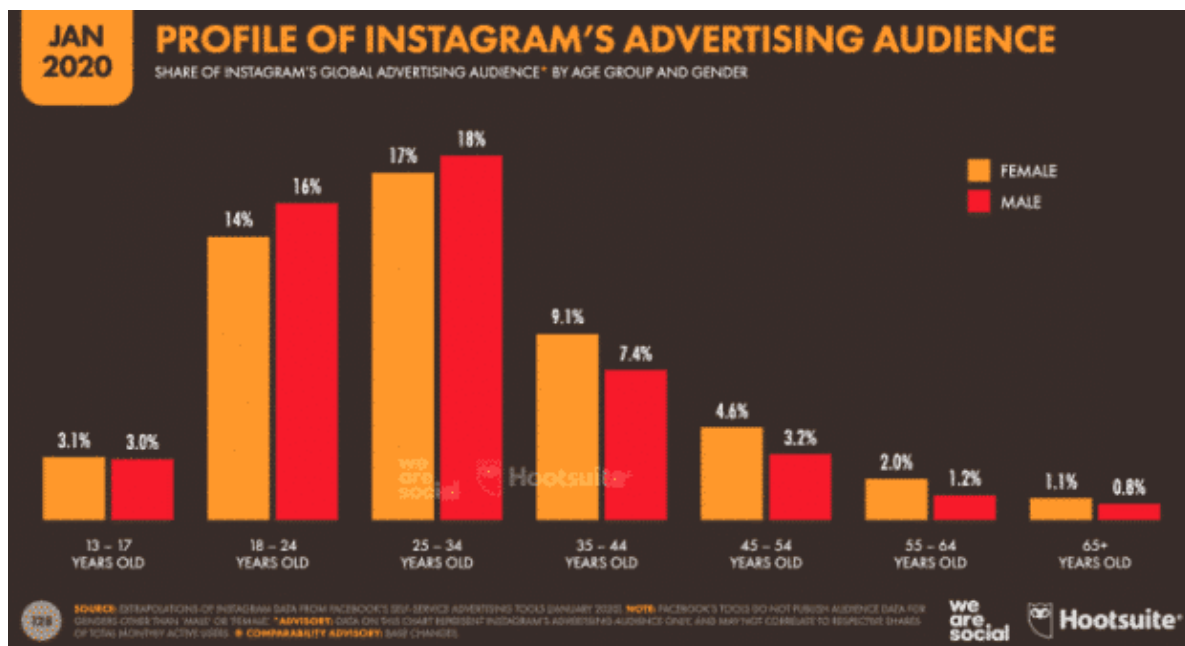
2.6.1.1.- Dades d'Instagram

Instagram és la cinquena xarxa social més utilitzada a escala mundial segons Hootsuite. Segons aquesta mateixa empresa, cada mes la plataforma registra més de mil milions d'usuaris actius, dels quals 500 milions obren històries i la finestra d'*Explore*. Les persones, a més, es passen una mitjana de 6 minuts i 35 segons cada vegada que obren l'aplicació.

El 50.9% d'usuaris de la plataforma són dones, i el restant 49.1% són homes (tenint en compte que aquests són els únics gèneres que l'aplicació té en compte a l'hora de classificar).

A més, la franja d'edat que més usuaris agrupa és la d'entre 25 i 34 anys, amb un 35% de les persones que utilitza Instagram. A aquests els segueixen els usuaris d'entre 18 i 24 anys, amb un 30% del total. Per tant, el target de 'La Dissidència' és també el target majoritari d'aquesta xarxa social.

Gràfic 11. Ús d'Instagram per edat i gènere 2021



Font: We are Social & Hootsuite 2020

2.6.1.2.- Continguts d'Instagram

El perfil de *La Dissidència* a Instagram s'ha creat sota el nom @ladissidencia (<https://www.instagram.com/ladissidencia/>).

L'objectiu d'Instagram és compartir de forma visual els continguts. A través d'una paleta de colors escollida a mida (veure apartat 2.7), es penegen publicacions setmanals d'algunes de

les seccions que s'han tractat al podcast, però sempre original i exclusiu d'aquesta plataforma: una característica d'un mitjà transmèdia.

Per cada programa, es faran un total de 6 *posts* al *feed* principal del perfil, els quals consisteixen en el següent:

- Cartell: imatge on es presenta la temàtica del programa d'aquesta setmana.
- Dades: es donen dades originals per a xarxes relacionades amb el reportatge.
- Declaracions: es donen declaracions exclusives de les persones entrevistades per aquest programa.
- Internacional: s'aporta alguna informació com la de la secció 'Mirall a l'exterior', però que sigui exclusiva de xarxes, d'alguna temàtica que no s'hagi tractat al podcast.
- Xarxes socials: s'aporta alguna informació com la de la secció 'L'altaveu', però que sigui exclusiva de xarxes, d'alguna temàtica que no s'hagi tractat al podcast.

D'aquestes publicacions, se'n compartiran la següent quantitat cada setmana:

- Cartell: un cada setmana.
- Dades: dos cada setmana, amb opció a reduir-se a un en cas que es publiqui un de xarxes.
- Declaracions: dos cada setmana, amb opció a reduir-se a un en cas que es publiqui un de xarxes.
- Internacional: un cada setmana.
- Xarxes socials: un cada setmana, amb opció a què no en surti cap.

A banda d'aquesta programació per al *feed* principal, també es fan altres publicacions que no apareixen en aquest:

- *IGTV*: s'hi inclouen talls de veus llargs o vídeos (en cas que s'hagin gravat les entrevistes) o, fins i tot, entrevistes senceres en cas de considerar-ho rellevant i interessant.
- *Instagram Reels*: es comparteixen vídeos de divulgació en format molt visual i molt distès. Seguint amb la idea que té aquest tipus de contingut (de 30 segons), ha de ser un tipus de comunicació molt ràpida i clara, que l'usuari es quedi amb les idees principals del que volem transmetre i, si en vol saber, més, es redirigeix cap al podcast.

- *Instagram Stories*: totes les publicacions que es publiquin en qualsevol format a Instagram, es repenjaran a *stories*. D'aquesta manera, ens n'assegurem que el contingut arriba de forma més directa a la gent. A més, es poden penjar vídeos exclusius d'*stories* on ens dirigim directament a l'usuari, per tenir un contacte més "de tu a tu", com ara, per iniciar un qüestionari sobre quins temes voldrien que tractéssim en futurs programes.

2.6.2.- Twitter

Twitter és una aplicació gratuïta que es va crear l'any 2006 de la mà de Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone i Evan Williams. A través d'aquesta s'ofereix un servei de *microblogging* amb missatges, coneguts com a *tuit* o *piulada*, amb una llargada màxima de 280 caràcters i amb la possibilitat d'adjuntar fotografies, àudios, GIFs o vídeos d'una durada de com a molt dos minuts i vint segons.

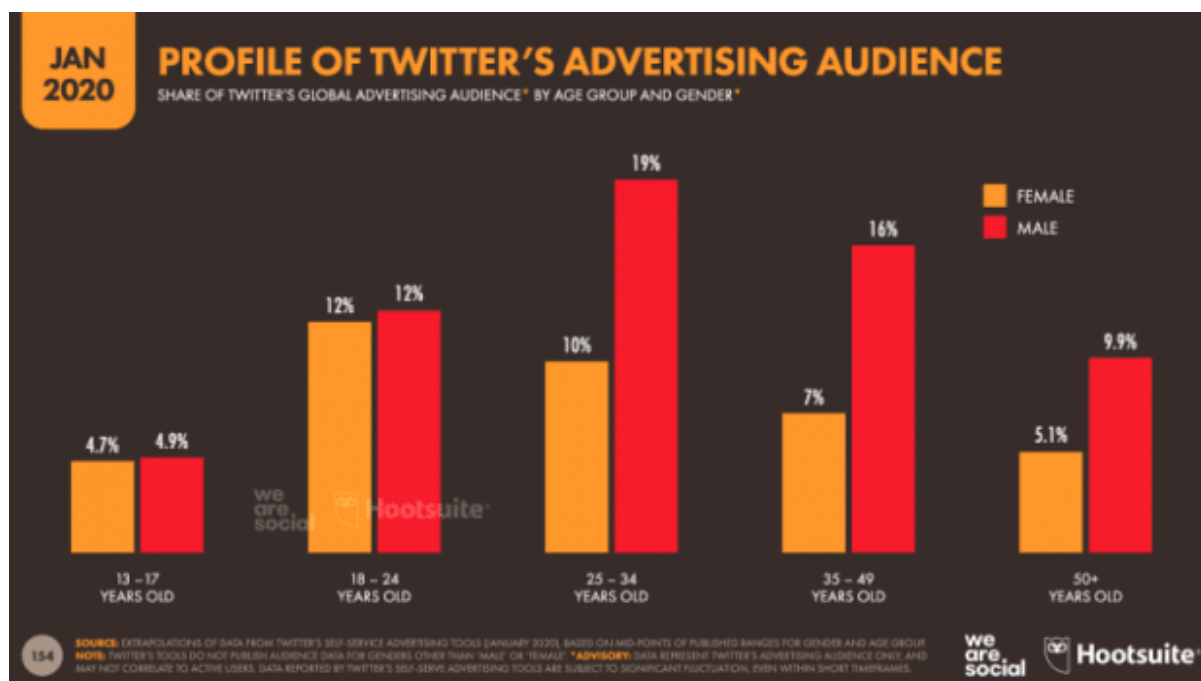
Actualment, també es poden crear els coneguts com a *filis*: aquests consisteixen en una sèrie de tuits seguits, els quals tracten una temàtica concreta i tenen una relació entre ells. Així, es poden arribar a explicar històries amb més extensió.

2.6.2.1.- Dades de Twitter

Twitter va comptabilitzar el passat any 2020 un total de 152 milions d'usuaris diaris monetitzables, una xifra que augmenta de mitjana un 21% cada any. D'aquests, un 62% són homes i el 38% restant, dones.

Pel que fa a les edats que formen part de la plataforma, el 29% dels usuaris tenen entre 25 i 34 anys. La segona franja més concorreguda és la d'entre 18 i 24 anys amb un 24%, amb poca diferència de les persones d'entre 35 i 49 anys, amb un 23%. Per tant, en aquest cas, el target de *La Dissidència* continua sent el majoritari, però està molt seguit per una franja superior.

Gràfic 12. Ús de Twitter per edat i gènere 2021



Font: We are Social & Hootsuite 2020

2.6.2.2.- Contingut de Twitter

El perfil de *La Dissidència* a Twitter s'ha creat sota el nom @ladissidencia (<https://twitter.com/ladissidencia>).

El fet que Twitter sigui una plataforma més envellida que Instagram provoca que el contingut haurà de ser diferent perquè el tipus de públic canvia. És per això que tot allò que es publica té un caràcter més seriós, d'informació més estricta i sense ànim d'entretenir (un punt que a Instagram ressalta més).

Per tant, els continguts a Twitter són els mateixos que es publiquen a Instagram (cartell, dades, declaracions, internacional i xarxes), però adaptats en format tuit simple o fil. A aquest se li afegeixen els enllaços corresponents perquè els usuaris puguin accedir de forma ràpida i fàcil al contingut al qual es fa referència. Les dates de publicació també són les mateixes que amb Instagram.

2.6.3.- TikTok

TikTok és una aplicació creada l'any 2016 i propietat de l'empresa ByteDance, la qual té la finalitat de crear i compartir vídeos curts, d'entre tres i fins a seixanta segons. Aquests poden ser en clau d'humor, informatius, etc.

En aquest cas, l'objectiu no se centra tant a acumular seguidors, sinó en els *m'agrada* que s'obtenen i la difusió que arriba a tenir un contingut: que es faci *viral*. TikTok consta de la pàgina principal, on els usuaris visualitzen vídeos que l'algoritme els proporciona.

2.6.3.1.- Dades de TikTok

Actualment, és de les plataformes més utilitzades: va ser l'aplicació més instal·lada l'any 2019 segons publica Hootsuite, i mou un total de 800 milions d'usuaris actius mensuals, per tant, és la sisena aplicació més utilitzada en l'àmbit mundial.

Aquesta plataforma és la més juvenil de totes. De fet, el 69% dels usuaris es troben entre els 16 i els 24 anys segons Hootsuite.

2.6.3.2.- Contingut de TikTok

El perfil de *La Dissidència* a TikTok s'ha creat sota el nom @ladissidencia (<https://www.tiktok.com/@ladissidencia>).

En tractar-se d'una plataforma molt juvenil, aquí el contingut canvia i ha de ser molt més entretingut i distès que a Twitter i Instagram.

En aquest cas, seguim la línia de publicació d'*Instagram Reels*, tractant vídeos curts i dinàmics per tal d'atraure a usuaris a quedar-se a veure el vídeo sencer quan els hi aparegui a la pàgina principal.

A més, cal estar atents a les modes que segueixen els usuaris i fer servir els àudios més utilitzats, tendències com ara balls, etc.

La continuïtat de publicació i l'ordre en aquest cas és molt més lliure, ja que no ens hem fixat un objectiu concret per aquesta plataforma perquè ens permet més flexibilitat.

2.6.4.- Linktree

Linktree és una plataforma a partir de la qual es pot fer un banc d'enllaços, permetent als usuaris accedir a diversos links a través d'un sol.

El perfil de Linktree ens permet crear l'entrada <https://linktr.ee/ladissidencia>, en la qual s'afegeixen els enllaços a la pàgina de *La Dissidència* a la web de Ràdio Sabadell (www.radiosabadell.fm/programa/la-dissidencia), al perfil de Spotify i al de Ivoox. Alhora, també es poden enllaçar els programes de forma individual i totes les xarxes socials.

2.6.5.- Plataformes de contingut d'àudio: Spotify i Ivoox

Spotify i Ivoox són les plataformes que s'utilitzen a Ràdio Sabadell per a penjar-hi els programes ja gravats en format podcast. En aquest cas, els continguts es comparteixen l'endemà de l'emissió a Ràdio Sabadell, és a dir, els dijous, i se n'encarreguen ells mateixos en gestionar-ho (per tant, nosaltres no hi tenim accés).

2.6.5.1.- Spotify

Spotify és una plataforma d'origen suec creada l'any 2008. Aquesta permet l'escolta de música i podcasts de forma instantània sense temps de descàrrega. Es poden fer cerques a través d'estils de músiques, artistes, èpoques, etc.

La plataforma musical ha arribat aquest primer trimestre de 2021 en 356 milions d'usuaris, segons publica el portal digital *Business Insider*¹⁰, augmentant un 24% en comparació amb el mateix trimestre de l'any 2020.

L'enllaç al podcast de Spotify és:

<https://open.spotify.com/show/1a5lzw16GOhAJ397Ecunis?si=5LDFz6vOS72rcgISonCeeA>

¹⁰ Viñas, S. (2021, 28 abril). Spotify, resultados Q1 2021: gana un 16% más en el primer trimestre. Recuperat de: <https://www.businessinsider.es/spotify-resultados-q1-2021-gana-16-primer-trimestre-855877>

2.6.5.2.- Ivoox

Ivoox és un servidor d'emmagatzematge d'arxius gratuït, el qual va ser creat a Espanya l'any 2008 per Juan Ignacio Solera. Aquest permet escoltar, descarregar i distribuir a través d'internet tant programes de ràdio com podcasts.

Tal com publica l'empresa *Huawei*¹¹, Ivoox comptava al principi d'aquest any 2021 amb 5 milions d'usuaris únics, superant les 60 milions d'escoltes mensuals. A més, ofereixen més de 180.000 podcasts en castellà i més d'un milió d'opcions disponibles en 33 idiomes diferents.

L'enllaç al podcast d'Ivoox: https://www.ivoox.com/podcast-dissidencia_sq_f11277498_1.html

2.7.- Identitat Visual

2.7.1.- Logo: formal, però trencador

Per elaborar el logo de *La Dissidència* i escollir una paleta de colors l'equip ha comptat amb l'ajuda de Magda Martínez Martos, publicista i estudiant de disseny gràfic. Gràcies als seus coneixements i a les seves orientacions a l'hora de decidir aquests dos aspectes, el resultat final encaixa amb la idea i plasma a la perfecció el que es volia expressar amb el programa. Cal dir, que per política de Ràdio Sabadell, s'ha hagut d'elaborar un logo pensat per la web del programa, amb els colors corporatius de l'empresa i adaptat a la línia de treball de la ràdio. Més enllà d'això, a les xarxes socials pròpies la ràdio no ha intervingut i ha deixat llibertat per oferir continguts personalitzats, amb gamma cromàtica que l'equip esculli.

Abans d'elaborar, s'han de tenir en compte dos aspectes. El primer, que *La Dissidència* "és un desacord parcial o total amb l'ordre establert". El segon, que es tracta d'un programa formal, però dinàmic. La informació que es dona és rigorosa i en cap cas se superen els límits de l'humor. Formalitat, rigorositat i dinamisme, de manera que el programa s'adapti al ritme de vida actual.

¹¹ Ivoox, líder del podcast en español, se incorpora a HUAWEI AppGallery para promocionar el consumo de podcasts. (2021, 16 febrer). Recuperat de: <https://consumer.huawei.com/es/press/news/2021/ivoox-lider-del-podcast-en-espanol--se-incorpora-a-huawei-appga/>

Imatge 1. Logo del programa i paletes de color



Font: Elaboració pròpia i Magda Martínez

La tipografia principal del logo és Bebas Neue, creada per Ryoichi Tsunekawa. Es tracta d'una tipografia molt gran, però a la vegada molt formal perquè és molt quadriculada. Destaca per les seves línies marcades i les seves formes elegants, aportant senzillesa i calidesa al text. A més també té diverses variants que faciliten el disseny: *Thin*, *Light*, *Book* i *Regular*. No obstant aquesta formalitat, com s'ha comentat prèviament, *La Dissidència* té un element trencador en el seu origen, ja que està en desacord amb l'ordre que hi ha establert. Per plasmar aquest ítem, s'ha optat per fer la doble s més gran i desequilibrar-la, fent que una vagi cap amunt i l'altre cap a baix. Fent un símil, les dues 's' són els joves, mentre que la resta és una societat teòricament ben estructurada, però que incomoda a les dues lletres que volen sortir-se. Aquest trencament també fa referència al format del programa, formal però dinàmic.

La tipografia complementària és Times New Roman, dissenyada per Starling Burgess i Victor Lardent, que servirà per escriure la informació substancial dels nostres programes. Aquesta tipografia s'escull basant-se en la seva llegibilitat. Normalment s'utilitza per formats no-digitals, no obstant això, s'ha escollit per un format digital, ja que la mida de la tipografia és considerable i, d'aquesta manera, es facilita la lectura.

En conjunt, s'ha utilitzat una lletra de pal sec i una serifa perquè són complementàries entre si i donen joc i versatilitat al disseny gràfic.

2.7.2.- Paleta de colors: trencar amb l'ordre establert

La idea principal era tenir colors pastel, però Magda Martínez va opinar que no representen *La Dissidència* i, a més, tampoc eren trencadors, com es volia aconseguir amb el programa. Per tant, els colors escollits són més llampants i es juga amb l'opacitat per fer la sensació de

jugar amb més varietat de colors, tot i que a l'hora de la veritat són de la mateixa gamma. Per fer-ho, l'elecció s'ha basat en la teoria del color. S'han escollit aquests colors perquè són complementaris entre ells i quan s'ajunten aconseguixen l'aire jove i despreocupat que busca el programa, tot i la formalitat abans comentada. A més a més, l'elecció de colors no és aleatòria, ja que també s'ha tingut en compte aquesta complementarietat amb l'objectiu de poder combinar els colors a les diverses publicacions de les xarxes socials. Posant en relleu aquesta contraposició de colors relacionada de forma directa amb l'estil del programa, la contraposició d'idees i opinions.

Els dos colors restants (vermell i blanc) no formen part de la gamma cromàtica de La Dissidència a xarxes socials, però són els colors que demanen des de Ràdio Sabadell per elaborar el logo, ja que són els seus colors corporatius.

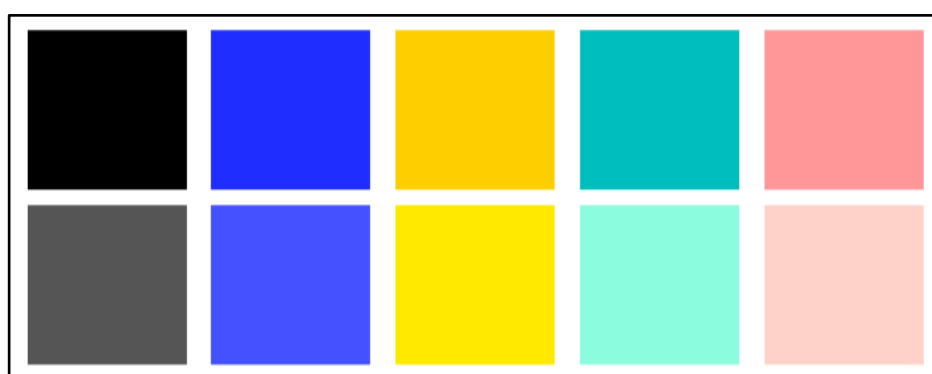
La paleta de colors està formada pels següents codis de colors:

Quadre 1. Colors de la paleta i els seus respectius codis HTML

	FOSC	CLAR
Negre	#000000	#000000
Blau elèctric	#1F2DFF	#5862F6
Groc	#FFCE00	#FFE900
Blau turquesa	#00BEBE	#8CFCDE
Rosa	#FF9697	#FFC4C5

Font: Elaboració pròpia

Imatge 2. Logo del programa i paletes de color



Font: Elaboració pròpia i Magda Martínez

2.8.- DAFO

Tenint en compte l'anàlisi de la competència, a continuació s'exposen els punts més forts i dèbils de La Dissidència.

	Intern	Extern
Negatiu	Debilitats <ul style="list-style-type: none"> - Continguts creats en una sola llengua (català). - Baix impacte a la resta de l'Estat. - Manca d'ingressos - Projecte privat: sense subvencions i sense ingressos publicitaris. - Manca de capacitats tècniques en àrees tecnològiques. - Manca d'experiència en el món laboral. - Necessitat de crear un públic de zero. 	Amenaces <ul style="list-style-type: none"> - Competència qualificada, amb experiència i recorregut. - Increment d'<i>influencers</i> a les xarxes socials, els quals poden tractar la temàtica de manera més personal i amb un públic ja format. - Producte per emetre en una ràdio pública, per tant hem de vigilar molt amb les formes i l'equilibri de veus. - Producte pe emetre en una ràdio local i, per tant, amb una audiència molt limitada.
Positiu	Fortaleses <ul style="list-style-type: none"> - Continguts propis i exclusius. - El públic objectiu és nadiu digital. - Connexió propera i directa amb els joves (el nostre públic). - Presència a les xarxes socials més utilitzades: Instagram, Twitter - Presents en mitjans convencionals (ràdio) i no convencionals (plataformes, xarxes). - Comprensió dels valors i estil del públic. - Tractar els continguts des d'una òptica no paternalista i condescendent. 	Oportunitats <ul style="list-style-type: none"> - Increment del consum de mitjans digitals per part del públic objectiu. - Nova tendència del consum dels continguts en línia, sobretot després de la pandèmia per la Covid-19. - No hi ha cap mitjà que es dediqui únicament a tractar les problemàtiques dels joves. - La desconfiança dels joves cap als mitjans convencionals, i prefereixen informació rebuda per part d'iguals. - Les plataformes d'<i>streaming</i> ja estan creades i la majoria del target ja n'és usuari. - Anàlisi de la competència ja establerta al mercat. Possibilitat de millorar les propostes existents. - Portar els joves cap al consum continuat de ràdio mitjançant les noves plataformes.

La Dissidència és un projecte nou i, per tant, un producte molt fresc que arriba al mercat després de fer-ne un estudi sobre el mateix. Els aspectes negatius existeixen, però no deixen de ser una motivació per encarar el projecte de la millor manera possible. Les fortaleeses són suficients per a potenciar-les i aconseguir que no només tapin les debilitats, sinó que puguin convertir-les en aspectes positius amb el pas dels programes. Un exemple molt clar és emetre en una ràdio local; el producte topa amb límits tal com vigilar amb l'equilibri de veus o emetre per una audiència limitada, però a la mateixa vegada compta amb unes xarxes socials que permeten ampliar l'audiència i arribar a un públic molt més ampli. Com aquest, es poden agafar molts altres exemples dins el mateix DAFO. És per això que *La Dissidència* és un producte interessant en termes de futur.

2.9.- Objectius del projecte

En termes globals, *La Dissidència* aspira a equiparar-se amb els programes de gent jove existents en l'actualitat, desbancant-los en l'adaptació a diferents mitjans de comunicació. És a dir, no només vol ser reconegut per ser un programa de ràdio, sinó que a partir del programa vol arribar a través de diferents formats a diferents xarxes socials. El programa té molt de protagonisme i tot gira al voltant d'aquest, però a partir d'aquí es vol conformar una comunitat de gent jove que vegi en *La Dissidència* un espai on expressar-se i recolzar-se per reformular un futur no gens fàcil.

En tot el relacionat amb les xarxes socials, *La Dissidència* aspira a convertir-se en un espai didàctic i referent per a tots els joves que estiguin interessats a indagar sobre alguna de les problemàtiques prèviament plantejades. Al perfil de Twitter, l'objectiu és informar de manera rigorosa i basant-se en les notícies d'actualitat que altres mitjans publiquen, de les diferents alternatives que té la joventut per sortir d'una situació determinada o altra. A més de proporcionar informació de servei als joves i fer-ho des d'una perspectiva de gènere. L'equip, des d'un primer moment, vol que en tots els programes hi hagi igualtat entre les veus expertes masculines i femenines, a més de presentar tots els col·laboradors amb ambdós cognoms, amb la finalitat de reivindicar el cognom de la mare, sovint invisibilitzat.

Instagram és la xarxa que apropa més els continguts del programa a l'audiència i, per tant, l'objectiu és intentar aconseguir que les màximes persones possibles derivin al programa a través del perfil d'Instagram. En la planificació d'estratègia per a Instagram queda detallat, però a través d'una gamma cromàtica determinada i uns dissenys homogenis, *La Dissidència* serà una marca reconeixible i atractiva per tal que els seguidors indaguin en els continguts del programa.

TikTok és l'espai més ambiciós de *La Dissidència*, ja que és la xarxa més nova i la menys explotada pel mercat comunicatiu. L'objectiu principal en aquesta plataforma és elaborar contingut didàctic de manera divertida i demostrar així que es poden trencar els esquemes per ensenyar coses noves a l'audiència. La facilitat que porta TikTok és que a través de vídeos de menys d'un minut pots afegir una quantitat d'informació molt gran i, per tant, ensenyar coses noves als teus seguidors sense que se'n adonin.

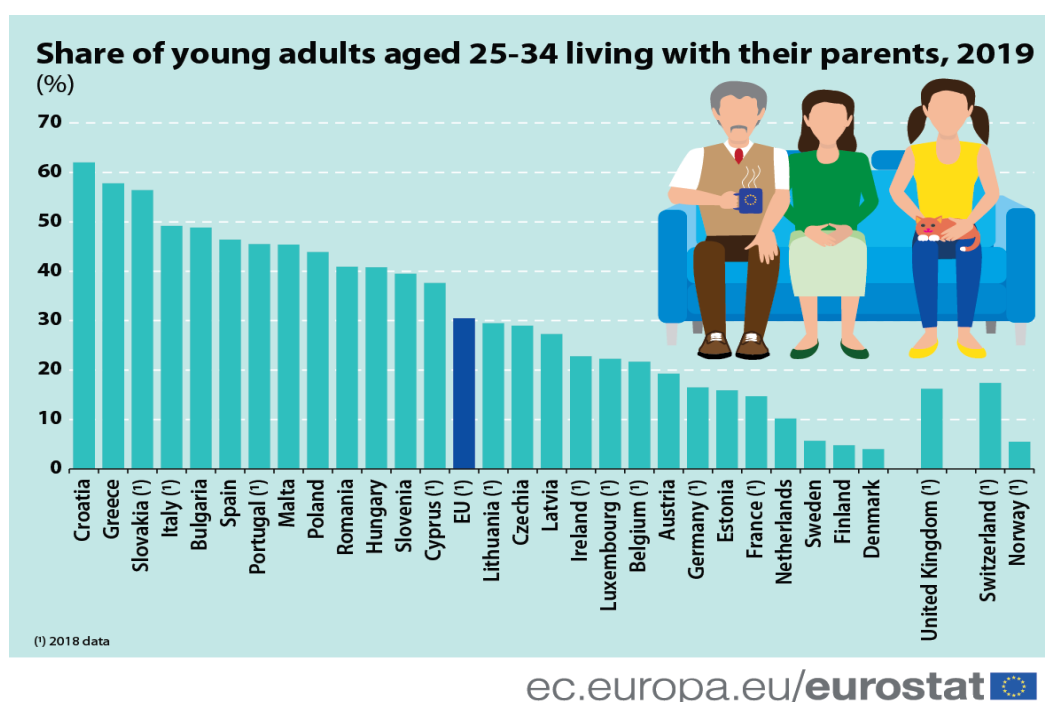
Com a projecte de futur, *La Dissidència* pretén ser un mitjà més del mercat comunicatiu en poc temps i, per tant, aquest Treball de Final de Grau també desenvolupa apartats on es deixen treballats aspectes econòmics en cas que en un futur es trobi el camí de la viabilitat.

2.10.- Públic objectiu

La Dissidència es dirigeix cap a un públic jove. ¿Què vol dir jove pel programa? En termes d'edat, dels 16 als 34 anys. El mínim s'estableix en setze perquè les temàtiques que es tracten al programa van dirigides, com a mínim, per un públic adolescent que ja té edat per treballar i, per tant, pot començar a assumir responsabilitats pròpies de la vida adulta. La consideració per establir els trenta-quatre anys com a edat màxima per definir el públic objectiu jove de *La Dissidència* es basa en un informe de l'Oficina Europea d'Estadística (Eurostat), que diu que a Espanya les persones entre 25 i 34 anys s'emancipen, de mitjana, cap als vint-i-nou anys¹². Per tant, en termes de definir què és o no un jove, s'agafa com a referència els trenta-quatre anys de màxima edat que utilitza l'informe per elaborar aquesta mitjana.

¹² Eurostat. (2020, 12 agost). *When are they ready to leave the nest?* Recuperat de: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20200812-1?inheritRedirect=true&redirect=/eurostat/news/whats-new>

Gràfic 13. Comparativa joves entre 25-34 anys vivint amb els seus pares per països UE 2019



Font: Eurostat, 2019

Les temàtiques del programa són: Addicció a les xarxes socials, atur juvenil, salut mental, emancipació, alcohol i drogues, menes, ludopatia, empenedoria, religió, maternitat jove, lligar i any sabàtic. Cada temàtica tindrà un reportatge en profunditat, on es parlarà amb experts en la matèria per analitzar a fons el que succeeix, una mirada a l'exterior, que es centrarà en el que passa als altres països amb aquesta temàtica i una última secció que investigarà com s'està parlant a les xarxes de la temàtica tractada. A primera vista és un públic objectiu heterogeni i divers, però en una anàlisi més profunda es pot veure que comparteixen preocupacions i temors. Són persones que es troben en situacions on han de prendre decisions que canviaran substancialment el seu dia a dia, un aspecte clau pel projecte, ja que es pretén donar informació sobre aquestes decisions. Segons Sean Covey a *Los 7 Hábitos de los Adolescentes Altamente Efectivos*, els joves han de prendre sis decisions, que són les més importants de la seva vida:

1. Quina educació escolliran i, per tant, a què es volen dedicar professionalment.
2. Quina classe d'amics tindran.
3. Quina relació tindran amb els seus pares.
4. Amb qui volen compartir la seva vida sentimental.

5. Què faran davant les addiccions.
6. Definir la seva autoestima.

S'han d'afegir també les decisions derivades d'aquests sis ítems i les decisions que s'han de prendre més endavant. Un exemple molt clar és, un cop portes un temps amb parella, decidir si anar a viure junts o tenir fills, en conseqüència si has d'adquirir un immoble en propietat i pensar en si tens diners per pagar-lo o no, el qual afecta el possible canvi de feina a la cerca d'una millora de remuneració. Són exemples que apropen el programa a un públic que ha de prendre moltes decisions en poc temps i, en l'actualitat, no tenen informació a l'abast a la ràdio que els doni suport en aquests moments.

La classe social del públic objectiu de *La Dissidència* és mitjana i baixa, ja que són dos sectors de la societat que comparteixen temors i en les seves vides es generen situacions similars en les quals han de prendre decisions importants. Segons l'informe de l'Organització per la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (OCDE) "Sota pressió: la classe mitjana espremuda", la classe mitjana és aquella els sous de les quals estan entre el 75% i el 200% de la mitjana nacional. A Espanya, per tant, classe mitjana és qui guanya entre 10.684,30 i 28.419,21 euros anuals (actualment un 56% de la població del país)¹³.

El mateix informe destaca que les classes altes han augmentat el seu nivell adquisitiu mentre la classe mitjana n'ha perdut. Per tant, hi ha disminuït la proporció de classe mitjana en 3,7 punts respecte dels anys vuitanta. De fet, l'any 1985 els ingressos de la classe mitjana multiplicaven per 3,9 els de la classe alta, avui en dia només es multiplica per 2,8. Per tant, en termes d'ocupació, *La Dissidència* no és un espai pels joves que, per un motiu o altre, tenen un nivell adquisitiu alt. El programa se centra en la majoria dels joves, principalment en els que no són benestants i pateixen les problemàtiques de les quals parla el programa, però sense deixar de banda els altres, que amb la seva aportació també poden ajudar a construir una societat millor en un futur no molt llunyà.

Segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE), en el quart trimestre de 2020 hi havia més de 300.000 persones d'entre 16-29 anys casades, mentre que en la mateixa franja d'edat el nombre de persones solteres va ser de més de 6 milions¹⁴. Per tant, el públic objectiu de *La Dissidència* és solter, precisament perquè la provisionalitat abans comentada i la

¹³ OECD (2019), *Under Pressure: The Squeezed Middle Class*, OECD Publishing, Paris. Recuperat de: https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/under-pressure-the-squeezed-middle-class_689afed1-en

¹⁴ Instituto Nacional de Estadística (INE): *Población de 16 y más años por estado civil, sexo y grupo de edad*. Primer trimestre de 2021. Recuperat de: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4031>

inestabilitat ben fonamentada és un dels eixos sobre els quals giren les vides dels oients del programa i, basant-se en les estadístiques, és un grup majoritari.

Tal com informa la directora general de Spotify pel sud i l'oest d'Europa, Federica Tremolada, a Agència Efe, publicat per El Economista¹⁵, els podcasts de menys de 20 minuts són els que més èxit tenen i només el 9% dels usuaris són capaços d'escoltar una hora seguida de contingut. Segons la mateixa font, del 38% d'espanyols que van començar a escoltar podcasts durant el confinament, el 45% són joves d'entre 18 i 35 anys. A causa de la penetració que té el podcast en el públic objectiu, s'ha escollit que un cop el programa de ràdio s'ha emès, es penjarà a Ivoox i Spotify en format podcast.

2.11.- Organigrama

Pel que fa a l'organització general de *La Dissidència* com a mitjà de comunicació només es pot entendre des d'una perspectiva horitzontal en la qual els continguts queden dividits a parts iguals entre tots els seus components. La divisió del programa en seccions facilita aquesta organització, ja que cadascun dels locutors del programa s'encarrega d'elaborar la seva secció. La Paula Montalvo i en Xavi de la Ossa compten amb seccions pròpies i, per tant, la creació depèn íntegrament de la persona. En el cas del Joan i la Mariona que s'encarreguen del reportatge, es divideixen la feina de producció i redacció d'aquest, ja que és la part més densa del programa i es va considerar millor que aquesta part l'elaboressin dues persones.

Imatge 3.
Organigrama de La
Dissidència

Font: Elaboració
pròpia



¹⁵ EFE. (2020, 26 octubre). El consumo de podcast en España se dispara durante la pandemia. elEconomista.es. Recuperat de: <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/10848455/10/20/La-explasion-de-los-podcast-la-banda-sonora-de-nuestras-vidas.html>

2.12.- Rutines de producció

Un cop conegut l'organigrama, a continuació s'exposen les rutines de producció de *La Dissidència* durant la setmana. El programa s'emet el dimecres, però la feina mai para perquè s'han de pensar continguts i programar reunions. A l'inici del projecte, es va fer una reunió per tal de fer una pluja d'idees de tots els programes que es podien produir i emetre. Després de fer una llarga llista, entre els membres de *La Dissidència* es van escollir els més interessants, que estan explicats en l'apartat 1.2.1.1 del treball. A partir de llavors, s'han dut a terme reunions setmanals per tal de parlar sobre la producció i preparació de cada programa, mentre que de manera paral·lela cada col·laborador s'encarregava d'elaborar la seva secció per al programa.

Per *La Dissidència* la setmana productiva comença dimarts, ja que dilluns és dia de gravació i, per tant, s'enllesteix tot el que s'ha programat durant la setmana anterior. Després de gravar el programa, tots els col·laboradors se l'escolten amb tranquil·litat per detectar possibles errades i li passen les seves conclusions al Joan, que s'encarrega d'editar-lo i enviar-lo a Ràdio Sabadell. Un cop enviat el programa, la Paula i la Mariona programen els continguts que han de sortir a les xarxes socials prèvies a l'emissió, durant la mateixa i per a després. En aquest cas, els col·laboradors contribueixen aportant continguts a les publicacions de xarxes; per exemple, si en el programa el Xavi considera que una part de la seva secció pot ser interessant, els hi trasllada a la Paula i a la Mariona perquè quan penguin la part de la seva secció apareguin aquells continguts. En el següent apartat del treball s'especifica la producció a xarxes.

Una vegada s'ha emès el programa, dijous comença la producció del següent. Hi ha una reunió de continguts per pactar les vies a seguir en el programa i per intentar no encavalcar continguts entre seccions. Cal dir que la secció que menys segueix aquest esquema setmanal és el reportatge, ja que les entrevistes es programen en funció de la disponibilitat dels convidats i, per tant, pot passar que un programa que s'havia pensat emetre a dues o tres setmanes vista tingui les entrevistes fetes. Aquesta és la manera que *La Dissidència* vagi sempre al dia i tingui els menors imprevistos possibles. Un cop elaborat el guió, que ha d'estar enllestit diumenge a la tarda, tots els col·laboradors fan una revisió de faltes per cometre els mínims errors en antena i el dilluns al matí es grava el programa.

2.12.1- Xarxes Socials

2.12.1.1.- Llançament inicial de les xarxes socials

Les xarxes socials es van iniciar una setmana i tres dies abans de l'estrena del programa a Ràdio Sabadell, és a dir, el diumenge dia 16 de maig (l'estrena va ser el dimecres dia 26 de maig).

El primer dia, perquè els nostres futurs seguidors ja es trobessin alguna mena de contingut als perfils, vam penjar el logotip del projecte, tant a Instagram (en forma de mosaic, és a dir, en diferents imatges de manera que al perfil es veia en gran) com a Twitter, amb un petit escrit on es presentava al projecte.

A més, per tal d'anunciar la data d'estrena, vam crear un cartell per tal que la gent conegués la data en la qual s'estrenava el programa a Ràdio Sabadell. També ens vam gravar els components de l'equip en parelles descrivint què era per nosaltres *La Dissidència*. Aquests continguts es van compartir tant a Instagram com a Twitter.

D'altra banda, també es van compartir diàriament *Instastories* on es feia el compte enrere per arribar al dia 26 de maig, el dia de l'estrena.

La mostra d'aquests continguts queda plasmada a l'Annex 8.3.1.

2.12.1.2.- Rutines setmanals

Les xarxes socials s'organitzen per programes. La rutina setmanal comença després de la gravació del programa de la setmana, quan es parla quin és el contingut que hem d'extreure d'aquell programa en qüestió per a compartir a xarxes. Per tal de fer la planificació, s'utilitza un quadre setmanal, on hi apareixen tots els continguts que sortiran.

Imatge 4. Quadre utilitzat per a l'organització de les xarxes socials setmanals

	DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
TWITTER - POST							
TWITTER - FIL							
INSTA - POST							
INSTA - STORIES							
TIKTOK + REELS							

	DILLUNS 24	DIMARTS 25	DIMECRES 26	DIJOUS 27	DIVENDRES 28	DISSABTE 29	DIUMENGE 30
TWITTER - POST	compte enrere estrena	compte enrere estrena	dia estrena!!	decla 1	repor 1	internacional	repor 2
TWITTER - FIL			directe del programa				
INSTA - POST		cartell salut mental		decla 1	repor 1	internacional	repor 2
INSTA - STORIES	compte enrere estrena	compte enrere estrena + presentació tema	dia estrena!!	decla 1	repor 1	internacional	repor 2
TIKTOK + REELS	Com gravem un programa						internacional

Font: Elaboració pròpia

A partir d'aquell moment, el Joan és l'encarregat de buscar el contingut de xarxes que podem utilitzar de les entrevistes que s'han realitzat per al reportatge. Aquest serà exclusiu i original per a les xarxes, és a dir, seran declaracions que no s'han utilitzat en el podcast.

D'altra banda, Mariona Córdoba és l'encarregada de redactar tota la informació que sortirà, tant a Instagram com a Twitter. Aquesta informació és maquettata per Paula Montalvo, amb la plataforma canva.com, seguint la línia d'estil marcada i amb la paleta de colors establerta.

Aquests continguts es comparteixen a les xarxes socials tal com s'especifica en l'apartat 2.6. La mostra d'aquests continguts queda plasmada a l'Annex 8.3.2.

3.- Aspectes Econòmics i Legals

3.1.- Pressupost

A causa de les condicions de pandèmia, el pressupost varia perquè hi ha part de la feina que s'està realitzant de manera telemàtica i, per tant, només ens reunim un cop a la setmana als estudis d'UAB Ràdio per gravar el programa i després enviar-lo a Ràdio Sabadell. Tenint això en compte, les despeses principals consten de l'adquisició de material per gravar els continguts a les xarxes socials, pagar les despeses de transport pels col·laboradors del programa quan es desplacen fins a la Universitat Autònoma de Barcelona i el preu per programa emès.

Segons l'Informe Captio del quilometratge 2021, el preu que les empreses petites com *La Dissidència* paguen als seus treballadors és de 0,21 euros per quilòmetre. Segons el mateix informe, fins als 0,19 euros per quilòmetre estan exempts de tributació i, tenint en compte que cap dels col·laboradors sobrepassa aquests 0,19 euros per quilòmetre, serà el preu màxim que es gasti en els socis fundadors, ja que cap sobrepassa aquesta quantitat. Els preus de despesa de viatge s'han calculat tenint en compte la pàgina Via Michelin¹⁶. Així doncs, queda repartida de la següent manera:

Despeses de viatge:

- Paula Montalvo: viatge d'anada i tornada de Riudoms a la Universitat Autònoma de Barcelona (115 quilòmetres d'anada i 115 de tornada)
 - 30, 22 euros
 - 15,11 euros anada (5,90 euros de peatge i 9,21 de combustible).
 - 0,13 euros/quilòmetre
- Joan Massaguer: viatge d'anada i tornada de Girona a la Universitat Autònoma de Barcelona (92 quilòmetres d'anada i 92 de tornada)
 - 30 euros
 - 15,00 euros anada (7,60 euros de peatge i 7,41 de combustible).
 - 0,16 euros/quilòmetre

¹⁶ ViaMichelin: Rutas, Mapas, Información Tráfico, Hoteles. (s. f.). Via Michelin. Recuperat de: <https://www.viamichelin.es/>

- Mariona Córdoba: viatge d'anada i tornada de Ripollet a la Universitat Autònoma de Barcelona (6 quilòmetres d'anada i 6 de tornada)
 - 1,40 euros
 - 0,70 euros d'anada
 - 0,11 euros/quilòmetre
- Xavi de la Ossa: viatge d'anada i tornada de Sant Joan Despí a la Universitat Autònoma de Barcelona (26 quilòmetres d'anada i 26 de tornada)
 - 4,52 euros
 - 2,26 euros d'anada
 - 0,08 euros/quilòmetre

En total, les despeses de transport segons la Via Michelin pugen a 66,14 per setmana (859,82 euros les tretze setmanes que dura la primera temporada). Com *La Dissidència* pagarà 0,19 euros/quilòmetre a tots els seus col·laboradors, surt a 91 euros setmanals (1.183 les tretze setmanes que dura la primera temporada). Com qui controla aquesta despesa és la Societat Cooperativa, l'excedent de 323,18 euros es quedaran a la societat en un fons de reserva per a viatges no planificats.

Despeses de material:

- Anella de llum + tripode: 35,60 euros¹⁷
- Càmera de vídeo Canon 700D: 488 euros¹⁸
- Rode Microphone VideoMic Go: 65 euros¹⁹

¹⁷ VEVICE Aro de Luz con Trípode, 12.6" Grande Anillo de Luz con 59" Alto Trípode para Móvil, LED Ring Light de Mesa Regulable para Selfie, Maquillaje, Youtube, TikTok, Fotografía, Altura Total de 73,6": Amazon.es: Electrónica. (s. f.). Amazon. Recuperat de: <https://www.amazon.es/Regulable-Fotograf%C3%ADa-Illuminaci%C3%B3n-Transmisi%C3%B3n-Maquillaje/dp/B082WCSVJ9?source=ps-sl-shoppingads-lpcontext&psc=1>

¹⁸ Fnac.es. (s. f.). FNAC. Recuperat de: https://www.fnac.es/Camara-Reflex-Canon-EOS-700D-EF-S-18-55mm-f-3-5-5-6-IS-STM-Camara-de-fotos-reflex-Camaras-Fotos-Reflex/a882421?Origin=fnac_google

¹⁹ Rode Microphones VideoMic Go - Micrófono de condensador para cámara DSLR, Jack 3.5 mm, Color negro: Amazon.es: Instrumentos musicales. (s. f.). Amazon. Recuperat de: https://www.amazon.es/Rode-VideoMic-Go-Micr%C3%B3fono-condensador/dp/B00GQDORA4/ref=sr_1_5?mk_es_ES=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=microfono+camara&qid=1621166924&sr=8-5

Despeses de gestoria:

- 59,95 euros/mes. Com són 13 setmanes de temporada, contractem la gestoria per nou mesos, que és l'any laboral natural en el qual podem emetre tres temporades diferents i, d'aquesta manera buscar un preu competitiu amb la ràdio.

Despesa	Unitats	Preu total
Viatges Col·laboradors	104	1.183 euros
Anella de llum i trípod	1	35,60 euros
Càmera de vídeo	1	488 euros
Micròfon de càmera	1	65 euros
Gestoria	9	539,55 euros
TOTAL	-	2.311,15 euros

Un cop elaborades les despeses, falta afegir els sous dels col·laboradors del programa que, en aquest cas, conformen la totalitat de treballadors de *La Dissidència*. Per elaborar les despeses del sou i tenint en compte que Ràdio Sabadell és una ràdio pública local, s'ha fragmentat la despesa en càlcul d'hores d'elaboració de programa comptant totes les fases de producció dels diferents programes. Així doncs, es comptabilitza una feina d'onze hores setmanals dividides de la següent manera:

- Elaboració entrevistes: 3 hores/setmana
- Elaboració seccions: 3 hores/setmana
- Continguts Xarxes Socials: 2 hores/setmana
- Reunió de continguts: 1 hora/setmana
- Gravació programa: 1 hora/setmana
- Revisió després de gravar: 1 hora/setmana

Segons el Real Decreto 231/2020, l'any 2021²⁰ el salari mínim interprofessional (SMI) és de 950 euros dividits en catorze pagues. Això implica que l'SMI diari és de 31,66 euros, per tant quatre euros l'hora. Normalment aquest sou es calcula en catorze pagues perquè hi ha dues pagues extres, però si aquestes pagues extres es prorrategen, és a dir, divideixen entre dotze, hi haurà menys pagues, però de més valor. En aquest cas serien 1108,33 euros al mes, que dividit en trenta dies dona un valor de 37 euros diaris i uns cinc euros l'hora. Per tant, tenint

²⁰Decreto Ley 231/2020, de 4 de febrero, por el que se fija el salario mínimo interprofesional para 2020. *Boletín Oficial del Estado*, 31, de 5 de febrero de 2020, páginas 10814 a 10818. Recuperat de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2020-1652>

en compte que *La Dissidència* fa onze hores de treball setmanal i aplicant el salari mínim per hora, dóna un total de 55 euros per programa.

Com Ràdio Sabadell és local i pública, els col·laboradors han tingut la idea de dividir el resultat de la despesa entre tres temporades. Amb això, s'aconsegueixen menys diners en el curt termini, però a la vegada tenen una estabilitat perquè s'asseguren l'emissió del programa a la ràdio per tres temporades. Això està fet així perquè *La Dissidència* és un projecte ambiciós i en poc temps vol fer el salt als mitjans de comunicació tradicionals. D'aquesta manera, tenen la plataforma per créixer, consolidar-se i fer el pas quan el programa hagi agafat més repercussió. A més, tenint en compte com està el país després de la pandèmia de la COVID-19, s'ha pensat que calcular sobre el salari mínim era la manera més realista de procedir.

Per tant, s'han dividit les despeses de material i les de sous per 39 programes. Dit d'altra manera, els 2.311,15 sumats 2.145 que surt dels 55 euros per programa dóna un total de 4.456,15 euros. Això, dividit entre els programes de tres temporades surt a un preu de 114 per programa. En tres temporades cada col·laborador de *La Dissidència* s'emporta 536,25 euros, és a dir, catorze euros per programa.

En definitiva, es presentarà a Ràdio Sabadell un contracte d'obra i servei de tres anys amb el preu de 4.456,15 euros.

3.2.- Finançament

Per cobrir les despeses i aspirar a oferir una remuneració als col·laboradors en un futur, *La Dissidència* buscarà també finançament d'altres maneres:

- **Publicitat i/o patrocinadors:** marques que vulguin publicitar els seus productes i/o serveis de la mà del programa. Aquesta publicitat es dividirà en xarxes socials, on *La Dissidència* aspira a tenir patrocinador propi i després amb falques publicitàries pels programes de ràdio.
- **Micromecenatge:** és una forma cada cop més interessant de subvencionar els projectes. Segui a través de crowdfunding o de plataformes com Patreon, on l'usuari paga mensualment per rebre un contingut extra que algú que no paga no hi té accés.
- **Subvencions:** la Generalitat de Catalunya ofereix subvencions per a projectes d'entitats privades per al foment de l'ús de la llengua catalana a Catalunya. *La Dissidència* és una realitat en aquest sentit, ja que la llengua tant del programa com a

xarxes socials és el català per a gent jove, per tant s'està fent una promoció de cara a les noves generacions.

3.3.- Constitució Legal

La Dissidència és un projecte estudiantil que emet a Ràdio Sabadell amb l'ajuda de UAB Ràdio, un aspecte clau per tal que el projecte pugui donar les seves primeres passes. No obstant això, de cara a futures temporades hi ha una intenció de progressió i, per tant, acabar obtenint ingressos que, d'una banda, permetin els col·laboradors obtenir una remuneració pel treball elaborat i, de l'altra banda, permetin que el projecte compti amb un pressupost més ampli per poder desenvolupar més idees, expandir els continguts i obtenir nous materials amb els quals crear un producte de més qualitat que arribi a l'audiència. Per tant, s'evita des del principi constituir-se com una associació sense ànim de lucre.

D'entre les opcions que hi ha per constituir-se com a societat, la que més s'adapta a l'estructura horitzontal proposada per *La Dissidència* és formar una societat cooperativa, que és un tipus de societat constituïda per persones que s'associen sota els principis de lliure adhesió i baixa voluntària per la realització d'activitats econòmiques. La finalitat és la de millorar les aspiracions econòmiques i socials dels seus components i de l'entorn comunitari mitjançant la realització d'una activitat empresarial de base col·lectiva, amb una estructura i funcionament democràtic.²¹

Al nom de l'empresa elegit pels promotors de la cooperativa caldrà afegir les paraules "Societat Cooperativa Catalana Limitada" (SCCL) o "Societat Cooperativa Catalana Il·limitada" (SCCIL). Aquest, haurà de ser diferent de qualsevol altra societat.²²

Aquesta organització és la més adequada perquè l'estructura de *La Dissidència*, tal com s'ha comentat a l'organigrama organitzatiu és completament horitzontal i, per tant, les decisions les prenen els quatre socis fundadors del programa. Per tant, constituir-se en altres maneres feia que un dels quatre hagués d'agafar el funcionament de l'empresa i, per tant, prendre decisions per sobre els altres socis, encara que fos de manera oficial. Per tant, aquesta via és la que més s'adapta a les necessitats del projecte.

²¹ Sagarra i Montalvo. (2018, 5 enero). *SOCIETAT COOPERATIVA* | Assessoria SM Gestió (Barcelona) Fiscal, laboral. Sagarra i Montalvo Gestió BCN SL. Recuperat de: <https://gestiobcn.com/societat-cooperativa/>

²² Gencat. Societat cooperativa. Canal Empresa. Recuperat de: https://canalempresa.gencat.cat/ca/01_que_voleu_fer/02_comencar_un_negoci/crear-empresa-constitucio-tramits/societat-cooperativa/

Característiques de les Societats Cooperatives:

- Capital mínim: aportacions obligatòries i voluntàries dels socis.
- Responsabilitat limitada al capital aportat.
- Mínim tres socis en les cooperatives de primer grau.
- Poden ser socis tant persones físiques com jurídiques, públiques o privades i les comunitats de béns.
- Si un soci té dret a prestació per atur, poden capitalitzar el total d'aquesta prestació per aportar a la societat.
- Accés a subvencions en cas que els socis estiguin a l'atur.
- Es pot escollir el règim de Seguretat Social per a tots els socis sempre que sigui el mateix.
- Beneficis fiscals en l'Impost de Societats.
- Estan exemptes de l'Impost de Transmissions Patrimonials i Actes Jurídics Documentats.

3.3.1.- Responsabilitat dels socis

Com s'ha explicat amb anterioritat en aquest apartat, en les societats cooperatives poden ser socis tant persones físiques com jurídiques, públiques o privades i les comunitats de béns. En els estatuts s'estableixen quins són els requisits per ser soci i l'aportació que aquest nou soci ha de fer a la cooperativa. Els socis d'aquesta societat han de complir una sèrie d'obligacions: complir els acords adoptats, participar en les activitats amb la quantia mínima obligatòria, guardar secret sobre assumptes i dades de la cooperativa, acceptar els càrrecs pels quals van ser escollits, complir amb les obligacions econòmiques i no dur a terme activitats competitives amb les activitats empresarials que desenvolupa la cooperativa. També té una sèrie de drets reconeguts als estatuts que consisteixen a participar en totes les activitats de la cooperativa, ser elector i elegible pels càrrecs dels òrgans socials, rebre informació necessària per a l'exercici dels seus drets i compliment d'obligacions, actualització i liquidació de les aportacions al capital social i a rebre interessos, retorn cooperatiu part que

correspon dels excedents, formació professional adequada si és soci treballador i baixa voluntària.²³

3.3.2.- Òrgan que pren les decisions

En les societats cooperatives, les persones que hi treballen són les mateixes que dirigeixen l'empresa. Totes participen i tenen el mateix pes en la presa de decisions. De tota manera, hi ha una sèrie d'òrgans d'administració que s'explicaran a continuació per entendre el funcionament de les cooperatives.

- **Assemblea General:** elabora i gestiona la voluntat dels socis, fixa la política general de la cooperativa, aprova els Comptes Anuals, l'informe de gestió i l'aplicació de resultats. En les decisions d'aquesta Assemblea General, a diferència d'altres tipus de societats, no es té en compte la participació dels socis amb capital, sinó que cada persona és un vot.
- **Consell Rector:** òrgan de representació i de govern de la societat. És nomenat per l'Assemblea General.
- **Interventors de comptes:** és l'òrgan encarregat que la cooperativa funciona correctament. Pot consultar, comprovar i verificar tota la documentació de la cooperativa que cregui oportuna. És una figura obligatòria si la cooperativa està formada per més de tres socis. És l'òrgan encarregat també de presentar a l'Assemblea els documents comptables.
- **Comitè de Recursos:** només existeix si ho contemplen els estatuts. Tramita i resol els recursos contra les sancions imposades als socis pel Consell Rector.

3.3.3.- Nombre de persones necessàries per a la constitució

A Catalunya, les cooperatives de primer grau han de tenir un mínim de dos socis que duguin a terme l'activitat. En els cinc anys posteriors d'haver constituït la societat cooperativa han d'incorporar un tercer soci. Els socis poden ser persones físiques o jurídiques i poden ser aportadors de capital o treballadors. *La Dissidència* compta amb quatre socis capitalistes que,

²³ Ministerio de Indústria, Turismo y Comercio. *Formas jurídicas de empresa*. Portal PYME. Recuperat de: <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SCOO&nombre=Sociedad+Cooperativa&idioma=es-ES#d23>

a la vegada, treballen a la societat. En cas que s'hi vulguin afegir més persones en un futur, no hi hauria d'haver problemes amb la integració d'aquests, ja que en les societats cooperatives de primer grau els estatuts poden preveure l'admissió de socis de treball, que són persones físiques l'activitat de les quals consistirà en la prestació del seu treball personal en la cooperativa.

3.3.4.- Capital mínim necessari

El capital social mínim establert a Catalunya és de 3.000 euros, desemborsats en el moment de la constitució. Si el capital és superior, la part que superi aquesta quantitat es pot desemborsar parcialment i s'ha d'indicar als estatuts com es faran aquests desemborsaments.²⁴

El capital afegit als 3.000 euros necessaris pot sortir de l'aportació obligatòria o voluntària per part dels socis. En tot cas, com s'ha repetit al llarg d'aquest apartat, totes aquestes especificitats han d'estar contemplades als estatuts. Com a afegit, les societats cooperatives han de tenir:

- Un fons de reserva obligatori, que surt d'un percentatge del 20% del benefici que produeixi la cooperativa. Aquest fons està destinat a la consolidació, desenvolupament i garantia de la cooperativa. No es pot repartir entre els socis.
- Fons d'educació i promoció al qual es destina un 10% del benefici a Catalunya segons la Llei 12/2005.²⁵
- Qualsevol fons que sigui obligatori per normativa.

3.3.5.- Distribució dels beneficis

A l'article 81 de la Llei 12/2015, de 9 de juliol, de cooperatives, a Disposicions Generals, Comunitat Autònoma de Catalunya, s'estableix l'aplicació dels excedents. Un cop s'hagin

²⁴ Gencat. *Societat cooperativa*. Canal Empresa. Recuperat de: https://canalempresa.gencat.cat/ca/01_que_voleu_fer/02_comencar_un_negoci/crear-empresa-constitucio-tramits/societat-cooperativa/

²⁵ Llei 12/2015, de 9 de juliol, de cooperatives. *Boletín Oficial del Estado*, 194, de 14 d'agost de 2015, pàgines 73912 a 73996. Recuperat de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2015-9140>

realitzat les dotacions establertes per la llei i després d'haver liquidat l'Impost sobre Societats els beneficis es poden destinar a:

- Retorn cap als socis: parts dels beneficis que es reparteix entre els socis de manera proporcional a les activitats dutes a terme per cada soci. També es pot decidir a repartir en forma de salari cap als treballadors de la cooperativa si n'hi ha.
- Destinar els beneficis a incrementar el pressupost o les reserves voluntàries.

En el cas de La Dissidència a curt termini no es planteja la possibilitat d'incorporar personal per treballar-hi i, per tant, la societat cooperativa la formen els quatre socis i, per tant, els beneficis del primer any comptable es dedicaran a incrementar el pressupost.

4.- Memòria de la part pràctica

Per tal de recollir tota la feina realitzada durant la producció dels programes, vam creure convenient que la forma més còmode i fàcil era omplir unes fitxes on es pot incloure tota mena d'informació relacionada amb la creació dels podcasts.

4.1.- Fitxes dels programes

4.1.1.- Salut mental

Nom del programa	SALUT MENTAL
-------------------------	--------------

Data de gravació	12/04/2021
Temàtica	La salut mental dels joves després del confinament i durant la pandèmia de la Covid-19.

El Reportatge	
<p>El primer reportatge consta de 3 entrevistes i té l'objectiu de donar visibilitat a la situació mental dels joves després de la pandèmia, un dels col·lectius més afectats. El reportatge es divideix en dues parts: per una banda, per quins factors han afectat més als joves i com ha afectat més a les dones joves que als homes; i per l'altra, pretén desestigmatitzar el fet d'anar al psicòleg i l'analfabetisme emocional que patim. A més, durant tota la secció es creen debats entre els col·laboradors del programa amb la finalitat de donar dinamisme i ritme a la secció que, sovint, pot ser la més feixuga de totes.</p>	
Músiques utilitzades: <ul style="list-style-type: none">- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)- Earth, Wind & Fire - Got to Get You into my Life	Entrevistes Realitzades: <ul style="list-style-type: none">- Lluís Sanz, psicòleg i director clínic de la Fundació Eulàlia Torras de Beà.- Antoni Sanz Ruiz, doctor i coordinador de l'estudi PSY-COVID.- Alba Alfageme Casanova, psicòloga experta en intervenció de crisi.

Mirall a l'exterior

Per aquest programa, em vaig fixar en les mesures que en altres països se segueixen per tal de visibilitzar la salut mental, i totes aquelles ajudes que es donaven sobretot en casos de joves.

Els països en els quals em vaig centrar van ser **el Regne Unit, Austràlia i la Xina**.

En el cas del Regne Unit, vaig aconseguir extreure informació de la principal institució sanitària del país: la *Commonwealth Fund*²⁶. Pel que fa a Austràlia, vaig consultar l'article de la 'Biblioteca de Congreso Nacional de Chile'²⁷. Per acabar, pel que fa a la Xina vaig consultar articles relacionats amb la *Healthy China Plan 2030*²⁸
²⁹.

De cada article en vaig extreure el que em va semblar més interessant i destacable, i alhora comentava el que em semblava a mi com a opinió personal, preguntant també als meus companys què els semblava el que estàvem comentant.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- Smash mouth - I'm a Believer
- Rascal Flatts - Life Is a Highway

L'altaveu

Per fer la secció i tenint en compte que encara *La Dissidència* no tenia perfils oberts a xarxes socials, per la secció de l'altaveu es va elaborar **un formulari de Google** amb diferents preguntes relacionades amb la salut mental i l'atur, ja que en gravar els dos programes el mateix dia es va decidir ajuntar les dues enquestes per no haver de passar dues de diferents. Es va fer córrer aquest formulari entre els contactes de tots els col·laboradors per obtenir respostes i poder elaborar la secció. Després **es van analitzar els resultats** de salut mental i atur de manera separada i les respostes de cada temàtica van ser utilitzades en el programa corresponent.

A més, es va utilitzar una **notícia del 3/24** que deia que més de 21.000 persones es va suïcidar durant la pandèmia, més del doble de les morts causades per la Covid³⁰. No va ser l'única, ja que també es va utilitzar una notícia del portal Vilaweb³¹, que parlava de com una família s'havia hagut d'hipotecar per pagar el tractament de la seva filla que patia d'ansietat.

²⁶ England | Commonwealth Fund. (s. f.). Recuperat de: <https://www.commonwealthfund.org/international-health-policy-center/countries/england>

²⁷ Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2018, 28 agost). La estrategia nacional de salud mental en Australia que fortalece el rol de las instituciones - Programa Asia Pacifico. Recuperat de: <https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/estrategia-nacional-salud-mental-australia>

²⁸ Tanner, M. (2019, 28 agosto). Beijing's Plan for a Healthy China by 2030. Recuperat de: <https://www.chinaskinny.com/blog/healthy-china-2030/>

²⁹ Healthy China Action Plan. (s. f.). Recuperat de: <http://en.nhc.gov.cn/HealthyChinaActionPlan.html>

³⁰ El Japó Crea el Ministeri de la Soledat davant l'augment de suïcidis durant el 2020. (2021, 13 abril). CCMA. Recuperat de: <https://www.ccma.cat/324/el-japo-crea-el-ministeri-de-la-soledat-davant-laugment-de-suicidis-durant-el-2020/noticia/3086612/>

³¹ Mallol, C. A. (2021, 5 abril). «La nostra filla té ansietat i depressió i ens hem hagut d'hipotecar per poder tractar-la». VilaWeb. Recuperat de: <https://www.vilaweb.cat/noticies/la-nostra-figlia-te-ansietat-i-depressio-i-ens-hem-hagut-dhipotecar-per-a-poder-tractar-la/>

Per abaixar la tensió i entrar en un to humorístic es va utilitzar **una piulada** de la Carolina³², una usuària de Twitter que parlava de no estar preparada per estudiar fins a l'estiu i una resposta de WakandaWilliams³³, que deia així: "Toca fer força Carolina. Estem a la recta final. Junts enrere i la traiem jugant. Hem de confiar en el treball tàctic de tota la temporada, sentir la nostra afició i creure que és possible. El de sempre, generar ocasions i ser verticals. Som-hi!"

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)
- The Jackson 5 - ABC

³² Carolinamg_. (2021, 4 abril). *No estoy mentalmente preparada para estar todos los días agobiada hasta que llegue el verano* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: https://twitter.com/carolinaamg_/status/1378824586113003522

³³ Williams, W. (2021, 5 abril). *Toca apretar Carolina. Estamos en la recta final. Juntos atrás y la sacamos jugada. Tenemos que confiar en el trabajo* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/WakandaWilliams/status/1379127586752765953>

4.1.2.- Atur juvenil

Nom del programa	ATUR JUVENIL
-------------------------	--------------

Data de gravació	06/04/2021
Temàtica	Les grans xifres d'atur juvenil a Espanya i a Catalunya.

El Reportatge

El reportatge sobre atur juvenil consta de 4 entrevistes i es divideix en 3 subtemes. En primer lloc, s'exposa la **situació en què es troben els joves**. Seguidament se centra en: **per què no trobem feina** i com són aquelles a les que sí que accedim, posant també l'accent en l'actual situació pandèmica. Per últim, s'exposen les **mancances que es troben en la protecció dels joves en el mercat laboral** i quines són les demandes que fan els mateixos. Tot plegat amenitzat amb molta conversa entre els col·laboradors per dinamitzar el programa.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- Metronomy - The Look
- Black Pumas - Colors

Entrevistes Realitzades:

- Irene Ortiz Garcia, coordinadora d'Acció Jove de Comissions Obreres.
- Laia Girós Barrés, directora general de Joventut de la Generalitat de Catalunya.
- Joan Miquel Verd Pericàs, director del Centre d'Estudis Sociològics sobre la Vida Quotidiana i el Treball de la UAB.
- Elena Álvarez, portaveu nacional d'Avalot, sindicat juvenil català de la UGT.

Mirall a l'exterior

En aquesta ocasió, em vaig centrar a buscar **quines són les taxes d'atur juvenil més baixes d'arreu del planeta**, i observar per quin motiu ho eren. Vaig escollir els casos d'**Alemanya i Austràlia**.

En primer lloc, en el cas del país germà, vaig consultar un article d'"El País"³⁴, en el qual es fan referència a les estratègies que segueix l'Estat per tal de fer front a aquestes xifres i que no siguin catastròfiques. Em vaig voler centrar, sobretot, en els aspectes que feien referència a l'educació: **el model educatiu FP Dual**; ja que aquí a Espanya també tenim aquesta opció educativa, però no està tan explotada.

³⁴ Vita, A. M. (2018, 21 abril). Así combate Alemania el paro juvenil. Recuperat de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/04/20/fortunas/1524249077_264482.html

D'altra banda, també ens vam apropar fins a Austràlia, i vam tractar les polítiques que impulsa el govern per tal d'**incentivar el fet de trobar feina entre els més joves**. En primer lloc, vaig consultar les dades d'atur juvenil, les quals em va proporcionar el portal datosmacro.com³⁵. A més, vaig consultar a través de l'Organització Internacional del Treball³⁶ quines són algunes de les mesures que segueix el govern per tenir uns resultats tan bons.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- Smash mouth - I'm a Believer

L'altaveu

Per fer la secció i tenint en compte que encara *La Dissidència* no tenia perfils oberts a xarxes socials, per la secció de l'altaveu es va elaborar un **formulari de Google** amb diferents preguntes relacionades amb la salut mental i l'atur³⁷, ja que en gravar els dos programes el mateix dia es va decidir ajuntar les dues enquestes per no haver de passar dues de diferents. Es va fer córrer aquest formulari entre els contactes de tots els col·laboradors per obtenir respostes i poder elaborar la secció. Després es **van analitzar els resultats de salut mental** i atur de manera separada i les respostes de cada temàtica van ser utilitzades en el programa corresponent.

A més de l'enquesta, es va fer **cerca a Twitter** i es va utilitzar un fil de Benito Arruñada³⁸, catedràtic de Pompeu Fabra on criticava els joves al mercat laboral. Es van analitzar algunes respostes a la piulada com per exemple les d'Emilio Ordiz³⁹⁴⁰, que defensava els joves de l'atac del catedràtic. Després es va complementar la secció amb respostes en clau humorística a la piulada del senyor Arruñada. Es va utilitzar aquesta piulada de Jaume Mas Roma⁴¹.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)
- Smash Mouth - I'm a Believer

³⁵ Desempleo de Australia 2021. (s. f.). Recuperat el 4 d'abril de 2021, de <https://datosmacro.expansion.com/paro/australia>

³⁶ Convenio sobre la política del empleo, 1964 (núm. 122) - Australia (Ratificación : 1969). (s. f.). Recuperat de: https://www.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:13101:0::NO::P13101_COMMENT_ID:3342131

³⁷ <https://forms.gle/WqZnTKxwv71beasM9>

³⁸ Arruñada, B. (2021, 4 abril). *Hemos criado a varias generaciones de jóvenes que...* [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/BenitoArrunada/status/1378721832212254723>

³⁹ Ordiz, E. (2021, 5 abril). *Voltereta, doble tirabuzón y pino puente para acabar diciendo lo de siempre: si te va mal es culpa tuya. Si ye explotan es culpa tuya. Ya cansa.* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: <https://twitter.com/EmilioOrdiz/status/1379034686983393281>

⁴⁰ Ordiz, E. (2021, 5 abril). *Friendly reminder: somos una generación trabajadora, inquieta, crítica y muy bien formada. Aunque les pese a muchos y aunque a veces, por desgracia, no sirva para nada.* [Tweet]. Twitter.. Recuperat de: <https://twitter.com/EmilioOrdiz/status/1379124174229233664>

⁴¹ Roma, J. M. (2021, 5 abril). *Cas 9.852 d'adult que explica als joves que si els va malament és per culpa seva.* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: <https://twitter.com/Jmasroma/status/1379096501738205189>

4.1.3.- Emancipació

Nom del programa	EMANCIPACIÓ
-------------------------	-------------

Data de gravació	19/04/2021
Temàtica	Emancipació: marxar de casa dels pares i les dificultats que es troben els joves en fer-ho.

El Reportatge

El Reportatge comença amb una sèrie de dades d'interès com a **quina mitjana d'edat s'independitzen els joves europeus**. Tot seguit se segueix posant context amb Guillermo Chirino Gálvez que també explica **com afecta el món laboral**. Seguidament, Joffre Oller exposa la **situació del mercat de l'habitatge** i, per últim amb Marina Jiménez es destaca la feina dels **sindicats de llogateres**, en aquest cas, de Sabadell.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- Billy Joel - Uptown Girl

Entrevistes Realitzades:

- Guillermo Chirino Gálvez, portaveu del Consell Nacional de Joventut de Catalunya.
- Joffre López Oller, autor de l'Observatori d'Emancipació del Consell de Joventut d'Espanya.
- Marina Jiménez Iglesias, militant del Sindicat de Llogateres.

Mirall a l'exterior

Per aquest programa, ens vam dedicar a respondre i analitzar l'**enquesta-infografia de l'Eurostat⁴²**, a través de la qual es pot conèixer quina és la situació juvenil a Europa en diversos àmbits (en el nostre cas, en l'emancipació).

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- Queen - Under Pressure

L'altaveu

Per la secció de l'altaveu, tenint en compte que encara no hi havia les xarxes socials creades, es va preguntar a amics dels col·laboradors del programa **quines eren les situacions que menys els hi agradava de viure amb els seus pares** o motius pels quals volien independitzar-se. Un cop escollits tres casos, i ja com a part de la secció del programa, es presentaven aquests tres casos a cadascun dels

⁴² Eurostat. (s. f.). Eurostat, Jóvenes Europeos. Recuperat de: https://www.ine.es/infografias/jovenes/index_es.html

col·laboradors a excepció del Xavi, qui va elaborar la secció i es va proposar als col·laboradors aportar una solució creativa pels problemes plantejats. Així doncs, els problemes escollits van ser aquests:

- En Cesc comenta que “el problema és haver d’explicar sempre on vaig i amb qui”. Aquesta l’havia de solucionar la Paula.
- La Brenda diu “que no té privacitat i que els seus paren ho toquen tot”. Aquesta l’havia de solucionar la Mariona.
- La Blanca es queixa que no vol donar explicacions, vol poder convidar a gent, no vol parlar quan li fa mandra parlar i amb el toc de queda els seus amics no es poden quedar a dormir. Aquesta l’havia de solucionar el Joan.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She’s So Lovely (Sintonia)
- The Weeknd - Save Your Tears
- A-Ha - Take on Me

4.1.4.- Alcohol

Nom del programa	ALCOHOL
-------------------------	---------

Data de gravació	03/05/2021
Temàtica	Consum de l'alcohol entre els més joves: causes, problemàtiques i conseqüències.

El Reportatge

L'objectiu del reportatge és **conscienciar als joves dels efectes de l'alcohol**. Per fer-ho, la secció compta amb 3 entrevistes: Marina Bosque Prous, Sara Carbonell Curralló i Xavi Polo Villordes. Exposem perquè es comença a beure, **quines conseqüències té**, a quines malalties pot derivar i, per acabar, **quins mites existeixen envers l'alcohol**. A més d'aquests col·laboradors, també participa Cesca Pérez Gil del mateix Servei d'Assessorament i Informació en Drogues i Pantalles de l'Ajuntament de Sabadell. Aquesta entrevista es publicarà com a contingut extra a les nostres xarxes socials.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- UB40 - Red Red Wine
- Phil Collins, Philip Bailey - Easy lover

Entrevistes Realitzades:

- Marina Bosque Prous, professora de la Universitat Oberta de Catalunya.
- Sara Carbonell Curralló, Tècnica de Promoció de la Salut de la Fundació Autònoma Solidària.
- Xavi Polo Villordes, del Servei d'Assessorament i Informació en Drogues i Pantalles de l'Ajuntament de Sabadell.

Mirall a l'exterior

En aquesta secció es va voler conscienciar i donar visibilitat a tots els consells i recomanacions de l'Organització Mundial de la Salut⁴³. A banda de donar dades de les conseqüències que té el consum de l'alcohol, també vam repassar els punts que l'OMS recomana als països membres seguir per evitar problemes.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- Flashdance... what a feeling - Irene Cara

⁴³ Organització Mundial de la Salut. (2018, 21 septiembre). Alcohol. Recuperat de: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>

L'altaveu

Petita innovació en la secció. En comptes de portar una enquesta, com s'havia fet habitualment, en aquest programa l'altaveu va comptar amb un **test de "Liopardo"**⁴⁴, una pàgina en clau humorística d'Antena 3. Aquest test constava d'unes deu preguntes per saber quina és la teva beguda preferida quan surts de festa. El test, amb quatre opcions per pregunta, el van haver de respondre entre els components del programa i al final veure **quina era la beguda oficial de La Dissidència**.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)

⁴⁴ Liopardo (2018, 27 febrero). ¿Qué bebida alcohólica eres? Recuperat de: https://www.antena3.com/liopardo/cuestionarios/que-bebida-alcoholica-eres_201510085a94d6ae0cf2586cf83f4b89.html

4.1.5.- Addicció a les Xarxes Socials

Nom del programa	ADDICCIÓ A LES XARXES SOCIALS
-------------------------	-------------------------------

Data de gravació	22/03/2021
Temàtica	Tractem les problemàtiques que comporten l'ús excessiu de les pantalles i plataformes digitals.

El Reportatge

En relació amb l'addicció amb les xarxes socials, en Joan i la Mariona han comptat amb 4 entrevistes. Per començar, i com a la resta de reportatges, en Joan exposa les dades que posa als oients en context i, en aquest cas, també explica la definició del concepte **NOMOFOBIA** per situar-los. Durant el reportatge es tracten diversos subtemes: si és o no una addicció, **què fan les aplicacions addictives** i quins **tipus de persones són més vulnerables** envers aquestes. En el transcurs de la secció s'intercalen debats i dinàmiques per fer el programa més amè. A més, per acabar, s'exposen **recomanacions per millorar l'ús que en fem**.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- Daryl Hall & John Oates - Maneater
- KC & The Sunshine Band - Give it up
- Kenny Loggins - Footloose

Entrevistes Realitzades:

- Francesc Perendreu, president de l'Associació Centre Català d'Addiccions Socials.
- Andrés Chamarro, professor del Departament de Psicologia Bàsica Evolutiva i de l'Educació de la UAB.
- Gemma Gómez, doctora en Comunicació Audiovisual i Publicitat i especialitzada en recerca de publicitat digital i xarxes socials i professora de la UAB.
- Rosa Díaz, psicòloga de l'Hospital Clínic.

Mirall a l'exterior

En aquest programa, es va decidir parlar sobre algunes mesures que algunes de les plataformes han implementat al llarg de la seva història per tal de fer front a diverses problemàtiques amb les quals s'han trobat en els últims anys.

Per començar, es va debatre sobre l'eliminació de les xifres visibles dels *m'agrada*s a les publicacions d'Instagram, consultant algunes dades que es van publicar en un article al portal [diario.es](https://www.eldiario.es)⁴⁵.

⁴⁵ ElDiario.es. (2019, 23 julio). Los «likes» de Instagram desaparecen en siete países: ¿gesto por la salud mental o estrategia comercial? Recuperat de: https://www.eldiario.es/tecnologia/instagram-desaparecen-gesto-estrategia-comercial_1_1480968.html

D'altra banda, també es va tractar la polèmica mort d'una nena de només 10 anys a Itàlia per fer un *trend* de Tik Tok, fet que va provocar que l'Estat bloquegés la plataforma xinesa durant tres setmanes⁴⁶.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- Toploader - Dancing in the Moonlight
- Foster The People - Pumped up Kicks

L'altaveu

Per fer la secció i tenint en compte que encara *La Dissidència* no tenia perfils oberts a xarxes socials, per la secció de l'altaveu es va elaborar un **formulari de Google** amb diferents preguntes relacionades amb l'addicció a xarxes socials⁴⁷. Es va preguntar amb quina freqüència utilitzen els oients les xarxes socials, quines utilitzen més, quantes hores al dia hi passen, si les consideren positives i si són addictes. Es va fer córrer aquest formulari entre els contactes de tots els col·laboradors per obtenir respostes i poder elaborar la secció. Després es van analitzar els resultats i les respostes van ser utilitzades per la secció.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)

⁴⁶ Verdú, D. (2021, 23 enero). Italia bloquea TikTok tras la muerte de una niña de 10 años. Recuperat de: <https://elpais.com/sociedad/2021-01-23/italia-bloquea-tiktok-tras-la-muerte-de-una-nina-de-10-anos.html>

⁴⁷ <https://forms.gle/ncUFDjoqJ31zFWb28>

4.1.6.- MENA

Nom del programa	MENA
-------------------------	------

Data de gravació	10/05/2021
Temàtica	Programa dedicat a la situació dels Menors Estrangers No Acompanyats i refugiats

El Reportatge

Aquest reportatge té una estructura diferent. En primer lloc, es recull el testimoni de la Reme Rubio Gracia, directora del centre d'acollida de joves migrants Estela Nova i professora de la UB. Ella explica **quin procés passen els joves en arribar a Catalunya i quines mancances té el sistema**. Seguidament escoltem dues experiències personals, dos joves migrants: Imad Bakkali i Allidu Amadu. Exposen la seva experiència i il·lustren tot allò que parlem amb la Reme. Aquest reportatge no conté tantes converses entre l'equip durant el reportatge, ja que se centra molt en els testimonis d'aquests nois.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- Toto - Africa
- Stevie Wonder - A Place in the Sun
- Tom Russell - Who's Gonna Build your Wall

Entrevistes Realitzades:

- Reme Rubio Gracia, directora del centre d'acollida de joves migrants Estela Nova.
- Imad Bakkali, jove migrant.
- Allidu Amadu, jove migrant.

Mirall a l'exterior

En aquest cas, la secció va tractar sobre com **Alemanya** ha gestionat la crisi migratòria de l'any 2015, quan més d'un milió de persones van demanar sol·licituds d'asil.

Per això, es va parlar primer de la criminalització que van patir aquestes persones posant com a exemple el polèmic cas del Cap d'Any de l'any 2016⁴⁸. A més, també es van comentar quines són vides actuals d'aquestes persones⁴⁹, demostrant que poden refer la seva vida si se'ls dona ajuda.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)

⁴⁸ Agresiones sexuales de Nochevieja en Alemania. (s. f.). En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperat de: https://es.wikipedia.org/wiki/Agresiones_sexuales_de_Nochevieja_en_Alemania

⁴⁹ López, M.-P. (2021, 6 febrero). El reto alemán de los refugiados. Recuperat de: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20200830/483178237072/alemania-inmigracion-inmigrantes-refugiados-merkel.html>

- Tribade - Vamos pal Mar

L'altaveu

Secció de **titular vertader o fals** inspirada en *La Sotana*. Es tracta que el Xavi llegeixi un titular i el component de l'equip de *La Dissidència* a qui li està llegint aquest titular digui si és vertader o inventat. Cal dir que, tot i estar guionitzat al treball, els col·laboradors en el moment de la gravació no tenien al guió si era vertader o inventat. Els titulars van ser els següents:

- Paula: Vox demana devolució immediata de MENAS i puntada al cul en 24 hores als okupes.
 - Titular vertader extret d'unes declaracions de Javier Ortega Smith⁵⁰
- Mariona: La Fiscalía de Barcelona presenta la primera querella per 'fake news' sobre MENAS.
 - Titular vertader extret d'una notícia d'EFE copiada a La Vanguardia⁵¹
- Joan: titular de Susanna Griso a Espejo Público, va dir: "Obrir un debat sobre els MENAS seria miserable" **FALS**
- Paula: Detinguda una mare marroquina a Melilla per deixar el seu fill a prop d'un centre perquè es convertís en MENA.
 - Titular vertader extret d'una notícia d'Europa Press, copiada per 20Minutos⁵²
- Mariona: Rocio Monasterio demana protecció als espanyols de raça davant l'arribada massiva de MENAS. **FALS**
- Joan: Els MENAS que van fer plorar a tothom a Got Talent aconseguixen el passi d'or conjunt
 - Titular vertader extret d'una notícia de 20Minutos⁵³

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)
- Manu Chao - Clandestino
- Catfish and the Bottlemen - Homesick

⁵⁰ SERVIMEDIA. (2020, 22 septiembre). Vox pide 'devolución inmediata' de menas y 'patada en el culo en 24 horas' a los okupas. 20 minutos. Recuperat de: <https://www.20minutos.es/noticia/4389089/0/vox-pide-devolucion-inmediata-de-menas-y-patada-en-el-culo-en-24-horas-a-los-okupas/>

⁵¹ EFE (2020, 27 febrero). La Fiscalía de Barcelona presenta la primera querella por 'fake news' sobre menas. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/vida/20200227/473806937638/querella-fake-news-menas.html>

⁵² EUROPA PRESS. (2020, 4 marzo). Detenida una madre marroquí en Melilla por dejar a su hijo cerca de un centro para que se convirtiera en MENA. 20 minutos. Recuperat de: <https://www.20minutos.es/noticia/4175729/0/detenida-madre-marroqui-melilla-dejar-hijo-cerca-centro-convirtiera-mena/>

⁵³ 20minutos.es. (2019, 17 septiembre). Los 'menas' que hicieron llorar a todos en 'Got Talent' consiguen el pase de oro conjunto. Recuperat de: <https://www.20minutos.es/noticia/3766174/0/menas-hicieron-llorar-todos-got-talent-consiguen-pase-oro/>

4.1.7.- Lligar

Nom del programa	LLIGAR
-------------------------	--------

Data de gravació	25/05/2021
Temàtica	Lligar en temps de pandèmia

El Reportatge

És el reportatge més distès de la temporada, ple d'experiències personals, però sense deixar les veus dels experts de costat. Parlem sobre com han canviat la classe de relacions amoroses i l'art de la seducció en els darrers anys. També sobre com les aplicacions de lligar han augmentat l'ús en els últims mesos arran de la pandèmia i quines conseqüències, tant positives com negatives, tenen sobre les relacions sexo-afectives que mantenim en l'actualitat.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- John Paul Young - Love Is in the Air
- Jacques ft. Dej Loaf - At the Club
- Els Amics de les Arts - 4-3-3

Entrevistes Realitzades:

- Francesc Núñez Mosteo, professor d'Estudis d'Arts i Humanitats a la UOC.
- Silvia Pastells Pujol, sexòloga.
- Sara Carbonell Curralo, FAS.
- Iris Kucinic, becària de Salut del FAS.

Mirall a l'exterior

En aquesta secció es va parlar sobre **les formes de lligar amb gent d'altres països**, i per això es van consultar blogs de persones anònimes que aconsellaven com seduir homes i dones d'altres nacionalitats, sempre amb un to humorístic. Per ser més exactes, en primer lloc es va comentar un blog que explica com lligar amb una noia anglesa⁵⁴ i, després, sobre com lligar amb un noi noruec⁵⁵.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- ABBA - Gimme! Gimme! Gimme! (A Man After Midnight)
- Donna Summer - Love to Love You Baby

⁵⁴ Lligar en Reino Unido y Londres. (2014, 17 agosto). Recuperat de: <https://seduccionagresiva.wordpress.com/2014/08/06/ligar-en-londres-y-reino-unido/>

⁵⁵ ¿Cómo son los hombres noruegos? (s. f.). Recuperat de: <http://elpuntodevistademaringenua.blogspot.com/2015/08/como-son-los-hombres-noruegos.html>

L'altaveu

La secció comença amb una lectura de titulars humorístics relacionats amb la temàtica lligar:

1. Cadena SER: Lligar en temps de pandèmia: del... "tinc terres i bestia" al "tinc gel i rotlles de paper de vàter".⁵⁶
2. Piulada d'Estratègia de Resposta al VIH... "Si has de tenir relacions sexuals amb algú que no formi part del teu cercle de contactes: si no vols tenir petons a la relació, mantingues la mascareta ben posada mentre no estiguis realitzant sexe oral. Evita el RIMMING (sexe oral anal)." Utilitza condó.⁵⁷
3. Piulada de @todofoba que diu: Com funciona la Covid segons el que he viscut al meu entorn: li menges la boca a un positiu i dones negatiu. Toques una llauna d'olives al supermercat i dones positiu.⁵⁸
4. Piulada de @_sergisantiago: "He tingut una cita i el noi m'ha portat un test d'antígens. 2021 no deixa de sorprendre'm"⁵⁹

Acte seguit hi ha un espai per tal que els col·laboradors expliquin **experiències seves a l'hora de lligar** i la secció acaba amb un Tinder de famosos catalans. La llista compta de molts noms, però al programa es diuen més o menys en funció del temps disponible: Pep Guardiola, Suu, Andreu Buenafuente, Berto Romero, Quim Gutiérrez, Silvia Abril, Bel Olid, Aitana OT, Andreu Juanola, Baya Baye, Marc Giró, Paula Gónu, Dulceida, Carla di Pinto, Marc Clotet, El Guillem de Buhos, Laura Rosel, Charlie Pee, Nil Moliner, Joel Joan, Joel Díaz, Manel Vidal, Magí, Marc Bartra, Sergi Roberto, Riqui Puig.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)
- Peter Dinklage - Always Watching You
- Michael Bublé - Feeling Good

⁵⁶ Aristu, J. (2020, 7 octubre). *Ligar en tiempos de pandemia: del...«tengo tierras y ganado» al «tengo gel y rollos de papel higiénico»*. Cadena SER. Recuperat de: https://cadenaser.com/emisora/2020/10/07/radio_pamplona/1602069064_996723.html

⁵⁷ Estrategia de Respuesta al VIH. (2021, 20 marzo). *Si vas a tener relaciones sexuales con alguien que no sea parte de tu círculo...* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: <https://twitter.com/EstrategiaFFMM/status/1373248850635407362>

⁵⁸ Todofobia. (2020, agosto 10). *Cómo funciona el Covid según lo vivido en mi entorno* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: <https://twitter.com/todofoba/status/1296113650504212481>

⁵⁹ Sergi Santiago. (2021, 6 febrero). *He tenido una cita y el chico me ha traído un test de antígenos. 2021 no deja de sorprender* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: https://twitter.com/_sergisantiago/status/1358173730254503941

4.1.8.- Català

Nom del programa	CATALÀ
-------------------------	--------

Data de gravació	25/05/2021
Temàtica	La pèrdua del català entre els joves

El Reportatge

El català s'està perdent i l'equip ha volgut saber si els joves l'estem cuidant o no. El reportatge té 3 parts:

- **L'estat del català en general**, en què parlem amb Carme Junyent.
- Per què **s'està perdent especialment entre els joves**, explicat per Diego Sola i Marc Guevara.
- La falta de referents en els **mitjans digitals i noves iniciatives** que s'estan creant, com **Canal Malaia**. En aquesta última part parlem amb la Noelia Karanezi i l'Ofèlia Carbonell, ambdues col·laboradores del Canal Malaia.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- Flashy Ice Cream - Enamorat
- Rosalia - Milionària
- The Tyets - Hamaking

Entrevistes Realitzades:

- Carme Junyent Figueres, professora de la UB i escriptora del llibre "El futur del català depèn de tu"
- Marc Guevara Claramunt, tècnic d'educació de Plataforma per la Llengua.
- Diego Sola i Garcia, membre de l'executiva de Plataforma per la Llengua.
- Noelia Karanezi, de Canal Malaia.
- Ofelia Carbonell, de Canal Malaia.

Mirall a l'exterior

Per la secció dedicada a la llengua, es van posar sobre la taula **algunes llengües que es troben en la mateixa situació que la nostra**. En aquest cas, la secció es va centrar en l'**euskera**, de la qual es van conèixer algunes dades⁶⁰ i se'n van debatre les mesures poc eficients que s'han implementat a la regió⁶¹.

⁶⁰ Euskera. (s. f.). En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperat de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Euskera>

⁶¹ Gobierno Vasco. (s. f.). Prueba Flash - Gobierno Vasco - Euskadi.eus. Recuperat de: https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/contenidos/informacion/flash_proba/es_11035/html/01_x.html

En segon lloc, també es va parlar sobre l'**irlandès**, del qual també es van exposar una sèrie de dades, sobre la seva història i quin és el motiu del seu pròsper manteniment⁶².

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- Segona Mà - la tassa de cafè

L'altaveu

Per la secció de l'altaveu al programa de català s'ha utilitzat un article de VilaWeb que es titula 'Deu frases fetes que semblen catalanes però no ho són'⁶³. Com sempre, es fa partícips els col·laboradors per elaborar una secció més dinàmica. En aquest cas, se'ls hi llegeixen les 10 frases i entre tots han de fer debat sobre si la utilitzen o no i donar motius pels quals és incorrecte. Les frases són les següents:

- Anar a més, anar a menys
- Anar amb tu
- Donar la campanada
- Donar la nota
- Enviar a fregir espàrrecs
- Fer la vista grossa
- Fer-se el suec
- No tenir volta de full
- Posar-se mans a l'obra
- Tenir-li ganes

La secció acaba amb la recomanació d'un perfil de Twitter, que s'anomena 'El Català Com Cal'⁶⁴ i que penja cada dia correccions lingüístiques per aquells qui fallen en el seu dia a dia amb l'ús del català.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)
- Doctor Prats - Massa bé

⁶² Gaèlic irlandès. (s. f.). En Viquipèdia, l'enciclopèdia lliure. Recuperat de: https://ca.wikipedia.org/wiki/Ga%C3%A8lic_irland%C3%A8s

⁶³ Pujol, B. J. I. (2020, 4 gener). *Deu frases fetes que semblen catalanes però no ho són*. VilaWeb. <https://www.vilaweb.cat/noticies/deu-frases-fetes-que-semblen-catalanes-pero-no-ho-son/>

⁶⁴ Perfil Twitter El català com cal. Recuperat de: <https://twitter.com/elcatalacomcal>

4.1.9.- Ludopatía

Nom del programa	LUDOPATIA
-------------------------	-----------

Data de gravació	07/06/2021 (pendent de gravació)
Temàtica	

El Reportatge

L'objectiu és prevenir aquesta addicció explicant, per una banda, **què fa aquest joc addicte i quines persones són més propenses a ser-ho**; i per altra banda, exposa el **testimoni d'alguns pacients** i d'un dels entrevistats, que ho va viure en primera persona. Per aclarir dubtes col·laboren: Francesc Perendreu Mata, president d'ACENCAS; Xavi Polo Villodres, tècnic del SAIDP i la psicòloga Núria Aragay, responsable d'Addiccions Comportamentals del Consorci Sanitari de Terrassa.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- Dire Straits - Money for Nothing
- ABBA - Money, Money, Money
- Bugo - Videogame

Entrevistes Realitzades:

- Francesc Perendreu Mata, president d'ACENCAS.
- Núria Aragay, responsable d'Addiccions Comportamentals del Consorci Sanitari de Terrassa.
- Xavi Polo Villodres, tècnic del SAIDP.
- Cesca Pérez Gil, tècnica del SAIDP. (extra)

Mirall a l'exterior

En aquesta secció es va parlar sobre la ludopatía arreu del món^{65 66}. Per ser més exactes, primer es tracten els països on la **taxa de ludòpates és més alta**, i després, sobre **on més diners es gasten en jocs d'atzar**.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- ABBA - The Winner Takes it All
- Elvis Presley - Viva Las Vegas

⁶⁵ Ruiz Estela, C. (2020, 13 agosto). Países donde más se juega en casinos online y apuestas en el mundo. Recuperat de: <https://www.economiadehoy.es/paises-donde-mas-se-juega-en-casinos-online-y-apuestas-en-el-mundo>

⁶⁶ Los 10 países en los que más dinero se pierde por el juego. (2016, 7 febrero). Recuperat de: <https://www.infobae.com/2016/02/07/1788259-los-10-paises-los-que-mas-dinero-se-pierde-el-juego/>

L'altaveu

Secció inspirada en l'altaveu del programa MENAS, amb alguns canvis substancials. En lloc de titular vertader o fals, en Xavi porta **mites confirmats sobre la ludopatia** i entre tots els components del programa han de dir el motiu pel qual l'afirmació que es diu és un mite. Abans que res, s'ha d'aclarir que els col·laboradors no saben la resposta mentre es gravava el programa, però sí que s'afegeixen al treball.

- Les persones amb ludopatia són molt porques, no és un problema genèric comú.
 - La ludopatia és una patologia amb gran quantitat de casos al món. Són un gran nombre de persones que inverteixen gran part dels seus diners en jocs d'atzar.
- Les persones amb ludopatia són considerades males persones, vicioses i egoistes.
 - Quan el joc es converteix en patològic es transforma en addicció, perquè la persona no pot controlar els seus impulsos ni dependència que fan impossible tenir un control de les seves actuacions referents al tema del joc, encara amb les conseqüències negatives que pot portar a les seves vides.
- Els jocs d'atzar no poden provocar addicció.
 - La realitat és que quan el joc es converteix en patològic es converteix en una addicció i s'ha de treballar amb un tractament terapèutic molt semblant al de les persones amb addicció a les drogues.
- La persona que presenta problemes de ludopatia en té tota la responsabilitat, ella s'ho ha buscat i ha de ser capaç de detenir-ho i controlar-ho.
 - La realitat és que quan les persones comencen a involucrar-se als jocs d'atzar no tenen la intenció que això es converteixi en un problema personal ni familiar. La presència d'un trastorn els impedeix controlar els seus impulsos i fer-se responsables de les conseqüències negatives que això ocasiona.
- Aquest tipus de patologia no és un problema genètic ni hereditari.
 - No hi ha un gen que pugui determinar la presència d'aquest tipus de patologia, però generalment s'aprèn a partir de conductes adquirides en l'entorn social o familiar.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)
- Lady Gaga - Poker Face

4.1.10.- Emprenedoria

Nom del programa	EMPRENEDORIA
-------------------------	--------------

Data de gravació	07/06/2021 (pendent de gravació)
Temàtica	Joves creant el seu propi negoci.

El Reportatge

En aquest reportatge, ens centrem al 100% en el **testimoni de joves que han decidit crear el seu propi negoci**. Ho fem des de 3 perspectives, diferents formes d'aconseguir recursos: un emprenedor que ho va fer amb els seus propis diners, una jove que va tenir la confiança de les seves amigues perquè li oferissin un préstec i, per últim, una jove que va convèncer a la seva mare per crear una la seva pròpia botiga. Arran de les entrevistes vam veure un factor comú: **Barcelona Activa**, amb qui també parlem per saber quina és la seva funció.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- Travie McCoy ft Bruno Mars - Billionaire
- Nathy Peluso - Business Woman

Entrevistes Realitzades:

- Alex Huertas, CEO de Northweek.
- Alba Alvarez, fundadora d'Alba Álvarez Shop.
- Paula Segarra, emprenedora de Jaypur.
- Barcelona Activa

Mirall a l'exterior

En aquesta secció es fa una repassada al **rànquing dels 10 millors països** on es pot emprendre sent jove. Per això, es va consultar i treure dades d'un article del portal 'La Informació'⁶⁷.

En concret, vam parlar dels **Països Baixos** i les facilitats que dona el govern per a començar amb un negoci⁶⁸; també es posen sobre la taula la situació a **Austràlia, Estats Units i Alemanya**.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- Blacaneus - Silvando al trabajar

⁶⁷ Ramírez, P. (2020, 18 enero). Los mejores países para emprender y con mayores facilidades para hacer negocios. Recuperat de: <https://www.lainformacion.com/management/mejores-paises-emprender-facilidades-negocios/6536633/?autoref=true>

⁶⁸ Netherlands Government. (s. f.). Starting your business. Recuperat de: <https://business.gov.nl/starting-your-business/>

L'altaveu

Per la secció d'aquest programa en Xavi porta un test: **"Descubre qué tipo de emprendedor eres"**, de Gonzalo García a la web Lanzadera⁶⁹. Basant-se en els resultats obtinguts, els membres de La Dissidència poden ser un tipus o un altre. Les descripcions dels tipus que poden sortir a partir de les respostes s'escriuen a continuació:

- El visionari: vas tres passes per endavant dels altres. Veus les oportunitats quan ningú és capaç de fer-ho. A més, ets segur en els teus pensaments i creences. Res ni ningú s'interposa en les teves conviccions i mai perds la passió.
- El persuasiu: tens un do especial per convèncer a qui tu vulguis. Els teus punts forts són la capacitat comunicativa i d'influència que et fa diferent. Pot ser que no siguis el més innovador o especialista, però si tens un repte aniràs a totes.
- L'innovador: les idees més trencadores són les teves. T'ho qüestionen tot i ets molt observador. Estàs en constant moviment i tendeixes a moure't en cercles.
- L'emprenedor nadiu: has nascut per emprendre, tens totes les qualitats necessàries. No veus les empreses com un mitjà per guanyar diners, sinó com una eina per complir els seus somnis.
- L'oportunista: agafa oportunitats per convertir-les en resultats més eficients. Quan saps que alguna cosa pot convertir-se en una bona oportunitat per la teva empresa et llences a fer-ho. Ets ambiciós, coneixes el mercat i les seves tendències, analitzes els consumidors i competidors. Tens el control de tot.
- El multiemprenedor: si no ets d'idees fixes i prefereixes anar coneixent diferents sectors, segurament tractaràs de crear diverses empreses de diferents sectors i així, si alguna no progresses com esperaves, saps que disposes d'altres amb millor suport econòmic. Tingues en compte que és molt complicat posar el focus en totes elles.
- L'inversionista: busques rendibilitzar els diners amb projectes innovadors. Tens capital i vols invertir-lo en la creació d'una empresa.
- Emprenedor per atzar: sense voler-ho ets emprenedor. Ara que estàs en aquest nou món, has de prestar més atenció perquè tot és nou per a tu. La manca d'experiència fa que aquest tipus d'emprenedor tingui una actitud més proactiva, tingui gran capacitat d'adaptació a nous escenaris i sàpiga aprofitar millor els contratemps.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)
- Bon Jovi - It's My Life

⁶⁹ García, G. (2021, 19 abril). *Descubre qué tipo de emprendedor eres [+QUIZZ]*. Lanzadera. Recuperat de: <https://lanzadera.es/descubre-tipo-emprendedor-test-interactivo/>

4.1.11.- Maternitat

Nom del programa	MATERNITAT
-------------------------	------------

Data de gravació	07/06/2021 (pendent de gravació)
Temàtica	Com ha canviat la maternitat en els darrers anys?

El Reportatge

Aquest reportatge es divideix en tres grans eixos:

- **Com ha canviat la maternitat** en els últims anys, de la mà d'Esther Vivas.
- La **conciliació familiar i laboral/estudiant**, explicada per la Marta Macias.
- S'exposa el **testimoni de dues mares joves** que il·lustren tota la resta i expliquen les seves experiències. La Mònica i l'Agatha.

Músiques utilitzades:

- The Kooks - Junk of the Heart (sintonia)
- John Mayer - Daughters
- Queen - Bohemian Rhapsody
- Jennifer López - I Ain't Your Mama

Entrevistes Realitzades:

- Esther Vivas Esteve, autora sabadellenca del llibre "Mama desobedient: Mirada feminista cap a la maternitat".
- Marta Macias
- Mònica Camps Flores, mare jove.
- Agatha, mare jove.

Mirall a l'exterior

En aquesta secció es posen sobre la taula les xifres de maternitat juvenil arreu del món segons l'OMS^{70 71}, i totes les problemàtiques que poden comportar el fet de ser mare en una edat tan temprana. A més, també es discuteix sobre l'educació sexual i tots els aspectes que porten a moltes d'aquestes joves a haver de tenir al nadó.

Músiques utilitzades:

- Smash mouth - All Star (instrumental) (sintonia)
- Spice Girls - Mama
- Guitarricadelafuente - Ya mi mama me decía

⁷⁰ Organització Mundial de la Salut. (2020, 31 enero). Adolescent pregnancy. Recuperat de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-pregnancy>

⁷¹ Organització Mundial de la Salut. (2018a). Indicator Details. Recuperat de [https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/adolescent-birth-rate-\(per-1000-women-aged-15-19-years\)](https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/adolescent-birth-rate-(per-1000-women-aged-15-19-years))

L'altaveu

Una secció que trenca amb els altres programes perquè és la primera vegada que no es fa cerca a internet. En l'altaveu de maternitat, en Xavi porta un perfil humorístic i estereotipat de tots els components del programa en la seva versió de pares i/o mares. Els components del programa hauran d'endevinar de qui és la descripció que s'està fent i després hauran de puntuar si aquesta descripció s'apropa o no a la realitat.

1. Nens súper ben pentinats i ben vestits. Els més consentits de tota la província. Gent de poble des de petita, criada entre carrers deserts i gent molt penjada que odia tot allò que surt de les seves fronteres. Parlen dient patata i bajoca, dimats i aqueta. Si el nen cau a terra, no han passat ni tres segons que la mare s'ha preocupat per si el nen ha pres mal mentre el pare diu "que n'aprenqui, això és la vida".
2. Nens completament salvatges. De ciutat però amb aire de poble. Típica gent que va tot el dia campant per lliure i els nens porten les cames plenes de ferides, però et saben fer una foguera si cal. A la platja pesquen amb un pal i un fil, a la muntanya cacen amb llança, dominen com ningú l'art de la pagesia i són els més grans de tota l'escola. Tranquils de mena, els has de molestar molt i molt seguit perquè saltin i s'enfadin. El pare és el típic boomer de marca que escolta música dels 60 encara que estiguem a 2050 i la mare no puc dir molta cosa perquè no la conec.
3. Nens senyorets, però perillosos. Et rebenten el cap, però amb elegància. Mare divorciada perquè la relació no va sortir del tot bé, però això és el que tenen els fills. Un cop els tens, són per tota la vida. Va de mare dura, però en realitat deixa fer bastant i no ens enganyarem, ha de mirar tutorials a YouTube per assegurar-se que ho està fent tot perfecte. De vegades els fills o les filles li han de recordar les coses perquè li passen per alt. Això sí, quan es pot tots cap a la segona residència a la platja a passar els caps de setmana. I ho pot fer perquè els nens, esport, no faran.
4. Anem amb l'últim que com bé sabeu sóc jo, no hi ha molta sorpresa. Sóc el pare del somni americà. Casa gran amb jardí, quatre o cinc fills i agenda apretada per portar als nens a les 3.400 activitats a les quals estan apuntats. M'agrada passar temps amb els meus, però sóc el típic que quan els nens no estan a casa miro la meua dona i dic: "quina tranquil·litat eh" mentre posen qualsevol cosa a la tele. Cada diumenge tallo la gespa, això no pot faltar i els diumenges dinar amb la família a casa.

Músiques utilitzades:

- Scouting For Girls - She's So Lovely (Sintonia)
- Joan Manel Serrat - De parto
- Pastora Soler - Al fondo a la izquierda

4.1.- Mostra dels continguts creats

4.1.1.- Ràdio

Fins a l'entrega del present Treball de Fi de Grau, a Ràdio Sabadell només s'ha emès un dels programes que s'han enregistrat: el 26 de maig del 2021 es va estrenar el programa de Salut Mental.

Malgrat això, adjuntem en el següent enllaç tots els programes gravats fins al moment de l'entrega, un total de vuit programes:

<https://drive.google.com/drive/folders/1HiyPxEedasgOYQd3WoWQvh1g-X0DGeSO?usp=sharing>

També s'adjunten els programes per separat, per si hi hagués algun problema amb la carpeta:

- Programa 1: [Salut Mental](#)
- Programa 2: [Atur Juvenil](#)
- Programa 3: [Emancipació](#)
- Programa 4: [Alcohol](#)
- Programa 5: [Xarxes Socials](#)
- Programa 6: [Menors Tutelats](#)
- Programa 7: [Lligar](#)
- Programa 8: [Català](#)

4.1.2.- Xarxes Socials

Seguint amb la justificació feta a l'apartat anterior, com a conseqüència que només s'ha emès un programa a Ràdio Sabadell, a les xarxes socials de *La Dissidència* només s'ha publicat contingut d'un sol programa: Salut Mental.

La mostra dels continguts publicats a les xarxes socials queden adjuntants a l'Annex 8.3. En aquest, s'hi afegeixen les publicacions que es van fer tant en el llançament de les xarxes socials com durant la primera setmana sencera amb contingut complert.

5.- Conclusions

Un dels objectius principals del treball era equiparar-se amb els programes de gent jove en l'actualitat, desbancant-los en l'adaptació a diferents mitjans de comunicació. Un cop elaborat el treball, és un objectiu que encara no s'ha assolit, ja que tot just han començat les emissions a Ràdio Sabadell i els continguts a xarxes socials. Per tant, no hi ha encara prou rodatge ni mostra per assegurar que és un objectiu complert, tot i que a llarg termini hi ha la idea que sí que es pot aconseguir. Igual es manté l'objectiu de crear comunitat de gent jove. De moment, pel poc feedback que ha tingut el programa, es pot assegurar que existeix un número elevat de joves que està a l'espera de l'evolució d'aquest.

La planificació a xarxes està feta i assoleix els objectius de convertir-se en un espai didàctic i referent pels joves que estiguin interessats en les problemàtiques tractades. S'han iniciat els perfils tant a Instagram com a Twitter i ja han arribat els primers seguidors, tot i que encara no s'ha pogut quantificar l'èxit dels continguts pujats a les xarxes. El que sí es pot quantificar és la rigorositat tant en les publicacions com en els programes de ràdio, un aspecte en què s'ha complert el planejat, ja que s'informa de manera rigorosa i contrastant la quantitat d'informació que es rep a través d'internet i/o dels entrevistats. També amb l'objectiu de compartir informació de servei com pàgines web, estudis, notícies, etc.

La Dissidència és un producte reconeixible a xarxes socials. Des del moment de la seva creació, les xarxes socials han plasmat la identitat que es volia plasmar a través de la gamma cromàtica, les fonts i l'estil d'escriptura. On encara no s'ha començat és a Tikt Tok, tot i que hi ha la idea de fer-ho en un espai no molt reduït de temps.

Com a projecte de futur, els objectius que es van marcar a l'inici d'aquest treball s'estan assolint. S'han elaborat nou programes, hi ha dos més en cartera per emetre i s'han creat tots els perfils a xarxes socials. Comença el camí de La Dissidència amb molta il·lusió i amb expectatives molt altes, potser millors de les que van marcar els components a l'inici del projecte. La valoració és positiva, el producte és bo i hi ha hagut un creixement exponencial en aprenentatge tècnic especialment.

La valoració final de l'equip de La Dissidència en relació amb el treball elaborat és molt positiva. Aquest treball ha obligat, en el millor sentit de la paraula, a reflexionar sobre cada pas que s'ha dut a terme i això s'ha traduït en un augment significatiu de la qualitat del producte. El fet que hi hagi una reflexió darrere de cada decisió que s'ha pres, des de pensar per què s'escullen unes cançons o unes altres, els noms de les seccions o senzillament justificar si s'utilitza un verb o un altre, dota el programa de molta més profunditat i ajuda a projectar-lo cap a l'excel·lència. A més, de treballar seguint uns valors molt marcats i que fan

augmentar el valor del producte, com és treballar en funció de la paritat de veus i donant un altaveu a aquells col·lectius sovint silenciats.

6.- Agraïments

La Dissidència no hauria estat possible sense les persones que ho han fet possible durant el procés de creació del programa. El primer agraïment és pel Carles Llorens, el tutor del treball, ja que va ser la primera persona que va confiar en el projecte i va animar l'equip a dur-lo endavant. A més, durant el procés de creació ha corregit els errors que han anat sorgint per, com diu ell, "arribar a l'excel·lència". En paral·lel s'ha d'agrair a la Universitat Autònoma de Barcelona per la formació durant aquests anys i a UAB Campus Mèdia, amb Raül Giró Salvatierra al capdavant, que ha aportat l'estudi de ràdio i la redacció on s'ha pogut desenvolupar el programa. A més en Raül ha contribuït en gran part a la formació de La Dissidència tal com és actualment, ja que des del primer dia ha ajudat els components del programa a guanyar en ritme i dicció.

També els agraïments de La Dissidència es dirigeixen cap a Ràdio Sabadell com a empresa per deixar que el programa s'emeti a les seves ones i a en Sergi Garcés, que des del primer moment s'ha mostrat molt receptiu per acollir una idea nova i arriscada i ha estat durant tot el procés corregint errors i donant consells per millorar el producte final. Dins de Ràdio Sabadell els agraïments de La Dissidència també van cap a l'Aleix Graell, qui ha elaborat els vocals del programa i va haver d'omplir-se de paciència per corregir les versions que ha anat enviant fins que tots els components del programa han estat conformes amb la versió que ha enviat.

La quarta persona a qui el programa vol agrair és la Magda Martínez Martos, publicista i estudiant de disseny gràfic a Elisava i que va contribuir a elaborar tota la part de disseny, gamma cromàtica i estratègia de xarxes socials. Gràcies a la seva ajuda La Dissidència té una identitat molt marcada tant a Instagram com a Twitter i compta amb un logo que va en la línia de les peticions de Ràdio Sabadell. En la mateixa línia, gràcies a la Xènia, la lingüista que ha revisat els guions i ha escoltat tots els programes per corregir les errades de l'equip.

Per acabar, els components del programa volen agrair el suport als amics i familiars que han estat d'ençà que La Dissidència era una idea remota, en tot el procés d'elaboració i fins al producte final que s'està emetent a Ràdio Sabadell. A més, també es vol agrair el seu suport a l'hora de seguir els perfils del programa i de compartir els *posts* per poder arribar a més persones i que el programa tingui més oients en un futur.

7.- Bibliografía

- Agresiones sexuales de Nochevieja en Alemania. (s. f.). En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperat de: https://es.wikipedia.org/wiki/Agresiones_sexuales_de_Nochevieja_en_Alemania
- Aristu, J. (2020, 7 octubre). *Ligar en tiempos de pandemia: del...«tengo tierras y ganado» al «tengo gel y rollos de papel higiénico»*. Cadena SER. Recuperat de: https://cadenaser.com/emisora/2020/10/07/radio_pamplona/1602069064_996723.html
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2021). *Marco General de los Medios en España*. Recuperat de: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2021/02/marco2021.pdf>
- Arruñada, B. (2021, 4 abril). *Hemos criado a varias generaciones de jóvenes que...* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: <https://twitter.com/BenitoArrunada/status/1378721832212254723>
- Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (2018, 28 agost). La estrategia nacional de salud mental en Australia que fortalece el rol de las instituciones - Programa Asia Pacifico. Recuperat de: <https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/estrategia-nacional-salud-mental-australia>
- Calvo, K. i Alvarez, I. (2015) *Limitaciones y exclusiones en la institucionalización de la indignación: del 15-M a Podemos*. Revista Española de Sociología, 24. 115-122. Recuperat de: <https://gedos.usal.es/handle/10366/126561>
- Carolinamg_. (2021, 4 abril). *No estoy mentalmente preparada para estar todos los días agobiada hasta que llegue el verano* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: https://twitter.com/carolinaamg_/status/1378824586113003522
Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS): Estudio nº 3312 *Encuesta sobre la salud mental de los/las españoles/as durante la pandemia de la COVID-19*. Febrero de 2021. Recuperat de: http://datos.cis.es/pdf/Es3312sdMT_A.pdf
- ¿Cómo son los hombres noruegos? (s. f.). Recuperat de: <http://elpuntodevistademaringenua.blogspot.com/2015/08/como-son-los-hombres-noruegos.html>
- Covey, S. (2012). *Los 7 hábitos de los adolescentes altamente efectivos: la mejor guía práctica para el éxito juvenil* (1.ª ed.). DeBolsillo.
- Decreto Ley 231/2020, de 4 de febrero, por el que se fija el salario mínimo interprofesional para 2020. *Boletín Oficial del Estado*, 31, de 5 de febrero de 2020,

páginas 10814 a 10818. Recuerat de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2020-1652>

- *Digital 2021*. (2021, 15 febrer). We Are Social. Recuperat de: <https://wearesocial.com/digital-2021>
- EFE (2020, 27 febrero). *La Fiscalía de Barcelona presenta la primera querella por 'fake news' sobre menas*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/vida/20200227/473806937638/querella-fake-news-menas.html>
- EFE. (2020, 26 octubre). El consumo de podcast en España se dispara durante la pandemia. *elEconomista.es*. Recuperat de: <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/10848455/10/20/La-explosion-de-los-podcast-la-banda-sonora-de-nuestras-vidas.html>
- ElDiario.es. (2019, 23 julio). Los «likes» de Instagram desaparecen en siete países: ¿gesto por la salud mental o estrategia comercial? Recuperat de: https://www.eldiario.es/tecnologia/instagram-desaparecen-gesto-estrategia-comercial_1_1480968.html
- *El Japó Crea el Ministeri de la Soledat davant l'augment de suïcidis durant el 2020*. (2021, 13 abril). CCMA. Recuperat de: <https://www.ccma.cat/324/el-japo-crea-el-ministeri-de-la-soledat-davant-laugment-de-suicidis-durant-el-2020/noticia/3086612/>
- Emburse Captio. Informe Captio del kilometraje 2021. Recuperat de: https://www.captio.net/hubfs/CAPTIO_Informe_kilometraje_2021.pdf?utm_campaign=kilometraje%202021&utm_medium=email&_hsmi=41298478&_hsenc=&utm_content=41298478&utm_source=hs_automation
- England | Commonwealth Fund. (s. f.). Recuperat de: <https://www.commonwealthfund.org/international-health-policy-center/countries/england>
- Estrategia de Respuesta al VIH. (2021, 20 marzo). *Si vas a tener relaciones sexuales con alguien que no sea parte de tu círculo. . .* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: <https://twitter.com/EstrategiaFFMM/status/1373248850635407362>
- EUROPA PRESS. (2020, 4 marzo). *Detenida una madre marroquí en Melilla por dejar a su hijo cerca de un centro para que se convirtiera en MENA*. 20 minutos. Recuperat de: <https://www.20minutos.es/noticia/4175729/0/detenida-madre-marroqui-melilla-dejar-hijo-cerca-centro-convirtiera-mena/>
- Eurostat. (s. f.). Eurostat, Jóvenes Europeos. Recuperat de: https://www.ine.es/infografias/jovenes/index_es.html

- Eurostat. (2020, 12 agost). *When are they ready to leave the nest?* Recuperat de: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20200812-1?inheritRedirect=true&redirect=/eurostat/news/whats-new>
- Euskera. (s. f.). En Wikipedia, la enciclopedia libre. Recuperat de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Euskera>
- Fnac.es. (s. f.). FNAC. Recuperat de: https://www.fnac.es/Camara-Reflex-Canon-EOS-700D-EF-S-18-55mm-f-3-5-5-6-IS-STM-Camara-de-fotos-reflex-Camaras-Fotos-Reflex/a882421?Origin=fnac_google
- Francesc, V. F. (2015). El impacto de la crisis entre los jóvenes en España. *Revista de Estudios Sociales*, 54, 134–149. Recuperat de: <https://doi.org/10.7440/res54.2015.10>
- Gaèlic irlandès. (s. f.). En Viquipèdia, l'enciclopèdia lliure. Recuperat de: https://ca.wikipedia.org/wiki/Ga%C3%A8lic_irland%C3%A8s
- García, G. (2021, 19 abril). *Descubre qué tipo de emprendedor eres [+QUIZZ]*. Lanzadera. Recuperat de: <https://lanzadera.es/descubre-tipo-emprendedor-test-interactivo/>
- Gencat. *Societat cooperativa*. Canal Empresa. Recuperat de: https://canalempresa.gencat.cat/ca/01_que_voleu_fer/02_comencar_un_negoci/crear-empresa-constitucio-tramits/societat-cooperativa/
- Gobierno Vasco. (s. f.). Prueba Flash - Gobierno Vasco - Euskadi.eus. Recuperat de: https://www.euskadi.eus/gobierno-vasco/contenidos/informacion/flash_proba/es_11035/html/01_x.html
- Guterson, H. (2017) *From Brexit to Trump: Anthropology and the rise of nationalist populism*. *American Ethnologist* Volume 44, Issue 2 p. 209-214. Recuperat de: <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/amet.12469>
- Healthy China Action Plan. (s. f.). Recuperat de: <http://en.nhc.gov.cn/HealthyChinaActionPlan.html>
- Hootsuite. *140 estadísticas de redes sociales que son importantes para los mercadólogos en 2020*. Recuperat de: <https://blog.hootsuite.com/es/125-estadisticas-de-redes-sociales/#instagram>
- Instituto Nacional de Estadística (INE): *Población de 16 y más años por estado civil, sexo y grupo de edad*. Primer trimestre de 2021. Recuperat de: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4031>
- iVoxx, líder del podcast en español, se incorpora a HUAWEI AppGallery para promocionar el consumo de podcasts. (2021, 16 febrer). Recuperat de: <https://consumer.huawei.com/es/press/news/2021/ivoxx--lider-del-podcast-en-espanol--se-incorpora-a-huawei-appga/>

- Llei 12/2015, de 9 de juliol, de cooperatives. *Boletín Oficial del Estado*, 194, de 14 d'agost de 2015, pàgines 73912 a 73996. Recuperat de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2015-9140>
- Ligar en Reino Unido y Londres. (2014, 17 agosto). Recuperat de: <https://seduccionagresiva.wordpress.com/2014/08/06/ligar-en-londres-y-reino-unido/>
- Lóipardo (2018, 27 febrero). *¿Qué bebida alcohólica eres?* Recuperat de: https://www.antena3.com/liopardo/cuestionarios/que-bebida-alcoholica-eres_201510085a94d6ae0cf2586cf83f4b89.html
- López, M.-P. (2021, 6 febrero). El reto alemán de los refugiados. Recuperat de: <https://www.lavanguardia.com/internacional/20200830/483178237072/alemania-inmigracion-inmigrantes-refugiados-merkel.html>
- Los 10 países en los que más dinero se pierde por el juego. (2016, 7 febrero). Recuperat de: <https://www.infobae.com/2016/02/07/1788259-los-10-paises-los-que-mas-dinero-se-pierde-el-juego/>
- Mallol, C. A. (2021, 5 abril). «La nostra filla té ansietat i depressió i ens hem hagut d'hipotecar per poder tractar-la». VilaWeb. Recuperat de: <https://www.vilaweb.cat/noticies/la-nostra-figlla-te-ansietat-i-depressio-i-ens-hem-hagut-dhipotecar-per-a-poder-tractar-la/>
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. *Formas jurídicas de empresa*. Portal PYME. Recuperat de: <http://www.ipyme.org/es-ES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=SCOO&nombre=Sociedad+Cooperativa&idioma=es-ES#d23>
- 20minutos.es. (2019, 17 septiembre). *Los 'menas' que hicieron llorar a todos en 'Got Talent' consiguen el pase de oro conjunto*. Recuperat de: <https://www.20minutos.es/noticia/3766174/0/menas-hicieron-llorar-todos-got-talent-consiguen-pase-oro/>
- Netherlands Government. (s. f.). Starting your business. Recuperat de: <https://business.gov.nl/starting-your-business/>
- Nuño, Patricia. (2020, 17 de gener). Asociación sin ánimo de lucro. Requisitos para constituir una asociación. Recuperat de: <https://www.emprendepyme.net/la-asociacion-sin-animo-de-lucro.html>
- OECD (2019), *Under Pressure: The Squeezed Middle Class*, OECD Publishing, Paris. Recuperat de: https://www.oecd-ilibrary.org/social-issues-migration-health/under-pressure-the-squeezed-middle-class_689afed1-en
- Ordiz, E. (2021, 5 abril). *Friendly reminder: somos una generación trabajadora, inquieta, crítica y muy bien formada. Aunque les pese a muchos y aunque a veces, por*

desgracia, no sirva para nada. [Tweet]. Twitter.. Recuperat de:

<https://twitter.com/EmilioOrdiz/status/1379124174229233664>

- Ordiz, E. (2021, 5 abril). *Voltereta, doble tirabuzón y pino puente para acabar diciendo lo de siempre: si te va mal es culpa tuya. Si ye explotan es culpa tuya. Ya cansa.* [Tweet]. Twitter. Recuperat de:
<https://twitter.com/EmilioOrdiz/status/1379034686983393281>
- Organització Mundial de la Salut. (2020, 31 enero). Adolescent pregnancy. Recuperat de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/adolescent-pregnancy>
- Organització Mundial de la Salut. (2018, 21 septiembre). Alcohol. Recuperat de:
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/alcohol>
- Organització Mundial de la Salut. (2018a). Indicator Details. Recuperat de
[https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/adolescent-birth-rate-\(per-1000-women-aged-15-19-years\)](https://www.who.int/data/gho/data/indicators/indicator-details/GHO/adolescent-birth-rate-(per-1000-women-aged-15-19-years))
- Perfil Twitter El català com cal. Recuperat de: <https://twitter.com/elcatalacomcal>
- Pujol, B. J. I. (2020, 4 gener). *Deu frases fetes que semblen catalanes però no ho són.* VilaWeb. <https://www.vilaweb.cat/noticies/deu-frases-fetes-que-semblen-catalanes-pero-no-ho-son/>
- Ràdio Associació de Catalunya – *Augmenta el consum de ràdio en català, segons l'EGM de finals d'any.* (2020–12-02). Recuperat de:
<http://radioassociacio.cat/augmenta-el-consum-de-radio-en-catala-segons-legm-de-finals-dany/>
- Ramírez, P. (2020, 18 enero). Los mejores países para emprender y con mayores facilidades para hacer negocios. Recuperat de:
<https://www.lainformacion.com/management/mejores-paises-emprender-facilidades-negocios/6536633/?autoref=true>
- *Recuerdos de EAJ 20 Radio Sabadell.* (2019, 23 noviembre). Guía de la Radio. Recuperat de: <http://guiadelaradio.com/recuerdos-de-eaj-20-radio-sabadell>
- *Rode Microphones VideoMic Go - Micrófono de condensador para cámara DSLR, Jack 3.5 mm, Color negro: Amazon.es: Instrumentos musicales.* (s. f.). Amazon. Recuperat de: https://www.amazon.es/Rode-VideoMic-Go-Micr%C3%B3fono-condensador/dp/B00GQDORA4/ref=sr_1_5?_mk_es_ES=%C3%85M%C3%85%C5%BD%C3%95%C3%91&dchild=1&keywords=microfono+camara&qid=1621166924&sr=8-5

- Roma, J. M. (2021, 5 abril). *Cas 9.852 d'adult que explica als joves que si els va malament és per culpa seva*. [Tweet]. Twitter. Recuperat de: <https://twitter.com/Jmasroma/status/1379096501738205189>
- Ruiz Estela, C. (2020, 13 agosto). Países donde más se juega en casinos online y apuestas en el mundo. Recuperat de: <https://www.economiadehoy.es/paises-donde-mas-se-juega-en-casinos-online-y-apuestas-en-el-mundo>
- Santamaria, A. (2017, 9 abril). *'Història de Sabadell'. Gènesi i consolidació de la ràdio 'EAJ-20'. iSabadell*. Recuperat de: <https://www.isabadell.cat/sabadell/historia-de-sabadell-genes-i-consolidacio-de-la-radio-eaj-20/>
- Sagarra i Montalvo. (2018, 5 de gener). *SOCIETAT COOPERATIVA | Assessoria SM Gestió (Barcelona) Fiscal, laboral*. Sagarra i Montalvo Gestió BCN SL. Recuperat de: <https://gestiobcn.com/societat-cooperativa/>
- Sergi Santiago. (2021, 6 febrero). *He tenido una cita y el chico me ha traído un test de antígenos. 2021 no deja de sorprender* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: https://twitter.com/_sergisantiago/status/1358173730254503941
- SERVIMEDIA. (2020, 22 septiembre). *Vox pide 'devolución inmediata' de menas y 'patada en el culo en 24 horas' a los okupas*. 20 minutos. Recuperat de: <https://www.20minutos.es/noticia/4389089/0/vox-pide-devolucion-inmediata-de-menas-y-patada-en-el-culo-en-24-horas-a-los-okupas/>
- SuperContable. Distribución del excedente del ejercicio de una cooperativa. Recuperat de: [https://www.supercontable.com/php/rcr.php?ASESOR=24\\$RE-4442910080639087831](https://www.supercontable.com/php/rcr.php?ASESOR=24$RE-4442910080639087831)
- Tanner, M. (2019, 28 agosto). Beijing's Plan for a Healthy China by 2030. Recuperat de: <https://www.chinaskinny.com/blog/healthy-china-2030/>
- Todofobia. (2020, agosto 10). *Cómo funciona el Covid según lo vivido en mi entorno* [Tweet]. Twitter. Recuperat de: <https://twitter.com/todofoba/status/1296113650504212481>
- Valiente, C., Vázquez, C., Peinado, V., Contreras, A., Trucharte, A., Bentall, R., & Martínez, A. (2020, 2 maig). *PSYCHOPATHOLOGY AND POSITIVE MENTAL HEALTH: MECHANISM AND INTERVENTIONS*. Universidad Complutense de Madrid & Universidad de Sheffield. Recuperat de: <https://www.ucm.es/inventap/file/vida-covid19--informe-ejecutivomalestar3520-final-1>
- Verdú, D. (2021, 23 enero). Italia bloquea TikTok tras la muerte de una niña de 10 años. Recuperat de: <https://elpais.com/sociedad/2021-01-23/italia-bloquea-tiktok-tras-la-muerte-de-una-nina-de-10-anos.html>
- VEVIC *Aro de Luz con Trípode, 12.6" Grande Anillo de Luz con 59" Alto Trípode para Móvil, LED Ring Light de Mesa Regulable para Selfie, Maquillaje*, Youtube,

TikTok, Fotografía, Altura Total de 73,6": Amazon.es: Electrónica. (s. f.). Amazon.

Recuperat de: <https://www.amazon.es/Regulable-Fotograf%C3%ADa-Illuminaci%C3%B3n-Transmisi%C3%B3n-Maquillaje/dp/B082WCSVJ9?source=ps-sl-shoppingads-lpcontext&psc=1>

- *ViaMichelin: Rutas, Mapas, Información Tráfico, Hoteles.* (s. f.). Via Michelin.
Recuperat de: <https://www.viamichelin.es/>
- Villoria, M. (2015). La corrupción en España: rasgos y causas esenciales. *Cahiers de civilisation espagnole contemporaine*, 15. Recuperat de:
<https://doi.org/10.4000/ccec.5949>
- Viñas, S. (2021, 28 abril). Spotify, resultados Q1 2021: gana un 16% más en el primer trimestre. Recuperat de: <https://www.businessinsider.es/spotify-resultados-q1-2021-gana-16-primer-trimestre-855877>
- Williams, W. (2021, 5 abril). *Toca apretar Carolina. Estamos en la recta final. Juntos atrás y la sacamos jugada. Tenemos que confiar en el trabajo* [Tweet]. Twitter.
<https://twitter.com/WakandaWilliams/status/1379127586752765953>

8.- Annexos

8.1.- Guions dels programes

8.1.1.- Salut Mental

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

L'aïllament social, la incertesa, sentir-se incompresos, perdre les esperances d'un bon futur. Una feina estable. Un habitatge digne. Aquests pensaments són recurrents a la nostra edat, però la pandèmia ha agreujat la situació general i, en conseqüència, ha posat en relleu un problema social de base. L'analfabetisme emocional.

Vivim en una societat en què parlar de sentiments és l'excepció i no la norma. En què se'ns demana produir, però no pensar. En què demanar ajuda psicològica comporta enfrontar-se a una sèrie d'estigmes que ens han imposat. I que a més, no tothom hi té accés.

Però els joves hem dit prou. Les noves generacions sembla que són més conscients d'aquestes mancances i han posat sobre la taula que la pandèmia ens ha afectat. Que ens sentim deseparats. Que és important col·lectivitzar les emocions i cuidar la nostra salut mental.

Avui volem posar el nostre granet de sorra i contribuir a normalitzar el fet que demanar ajuda està bé i que la salut mental és tan important com la salut física.

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Com cada setmana, en Joan i jo hem investigat una mica sobre el tema i hem consultat amb experts i professionals, allò que volíem saber sobre la salut mental dels joves durant la pandèmia de la Covid-19.

COP SINTONIA REPORTATGE

M: Per posar-nos en context, en Joan ha recollit un parell de dades que li han semblat interessants. Què ens expliques?

Joan: Sí. Segons l'Organització Mundial de la Salut, 1 de cada 2 joves pateix simptomatologia relacionada amb l'ansietat i la depressió. I els intents de suïcidi han crescut prop d'un 30% amb l'arribada de la pandèmia. En conseqüència d'aquestes xifres, només a Barcelona, l'atenció a joves i adolescents per salut mental s'ha disparat en un 138%.

M: Com podem saber ja. És una realitat que la pandèmia ens ha afectat a tots, sobretot psicològicament. De fet, en els últims mesos s'ha parlat molt de salut mental i de les eines de les quals disposem per aprendre a gestionar aquesta situació. Però per què, tot i ser un fenomen que tots hem viscut, qui més estem patint som els joves?

J: La majoria de nosaltres, en major o menor mesura, hem patit conseqüències psicològiques arran de mesos de confinament i restriccions. Però, en especial, qui més s'han vist afectats, com bé has avançat tu, han estat els joves. Per entendre quins són els motius hem tingut l'oportunitat de parlar amb Lluís Díaz del Río, psicòleg i director clínic de la Fundació Eulàlia Torras de Beà. Amb ell hem anat desengranant algunes de les causes per les quals ens hem vist més afectats.

Per començar, a la nostra edat, la necessitat de socialitzar, experimentar i compartir és molt més alta que en qualsevol altra etapa de la vida. I ara mateix, estem vivint gran part de la nostra vida de forma virtual.

1. LLUÍS DÍAZ - Restriccions

A més a més, les mesures i les restriccions que s'han anat aplicant, no ens han afectat a tots per igual. El mateix Lluís Díaz ens exposa el perquè.

2. LLUÍS DÍAZ - Impacte restriccions

De la mateixa manera que les restriccions les hem viscut de diferent manera. La incertesa, el no veure el final de la pandèmia i, sobretot, no saber quin futur ens espera també ens afecta més.

3. LLUÍS DÍAZ - Incertesa futur

Fent referència a aquest últim apunt, Lluís Díaz, ha destacat que els joves no han sentit que es valoressin els seus esforços, ni han rebut cap input positiu que els fes sentir bé.

M: Paula, Xavi. Ara que coneixem algunes de les causes que ens han afectat més. Us hi sentiu identificats? A vosaltres us ha passat?

XERRAMECA

M: Doncs aquests aspectes, entre d'altres, són els que han condicionat la salut mental del conjunt dels joves en els últims mesos. Però una dada interessant és que, al nostre país, les dones joves han patit més els efectes psicològics de la pandèmia. El doctor Antoni Sanz Ruiz, coordinador de l'estudi SAI-COVID ho explica així:

4. DR SANZ - Dones

Aquest component sociocultural de què parla el doctor Sanz sovint es veu reflectit en la realització de les tasques de la llar, la cura dels fills i els canvis conductuals per adaptar-se a la situació de pandèmia.

MÚSICA - The Kooks - Junk of the Heart

M: Els experts amb qui hem pogut parlar estan d'acord en una cosa. La pandèmia no ha creat aquest problema, sinó que ha amplificat, ha posat en relleu, un problema de base.

J: L'estigmatització dels trastorns mentals i de l'ajut psicològic encara és present. Per desgràcia, reconèixer que tens un problema i que necessites ajuda per millorar o aconseguir

una bona salut mental, encara suposa un repte. El Doctor Sanz destaca la importància de normalitzar aquest fet.

5. DR SANZ - Estigma social

De fet, la psicòloga experta en intervenció en crisi, Alba Alfageme Casanova, explica que a causa d'aquest estigma vivim en una societat analfabeta emocionalment:

6. ALFAGEME - Analfabetisme

A més, ha remarcat la influència del sistema capitalista en la nostra manera de viure i de gestionar les nostres emocions.

7. ALFAGEME - Tenir i ser

J: En definitiva, Alfageme posa l'accent sobre la importància de donar una educació emocional de qualitat. I de la mateixa manera que s'expliquen les matemàtiques o la història, donar eines i coneixement per saber com gestionar un dol, com superar una ruptura romàntica o qualsevol situació que tard o d'hora viurem tots i sobre les quals no parlem.

Per aquest motiu, ella subratlla necessitat de col·lectivitzar els sentiments. I d'entendre que parlar entre nosaltres és igual o més important que anar a teràpia.

8. ALFAGEME - Col·lectivitzar

MÚSICA - Earth, Wind & Fire - Got to Get You into my Life

M: La pandèmia ha portat amb ella moltes coses dolentes, però li hem d'agrair una de bona: posar la salut mental sobre la taula. Treballar perquè la societat desestigmatitzi els trastorns mentals i obri les portes a parlar més sovint sobre les emocions. Normalitzem que tan important és la salut física com la mental.

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Com cada setmana, la Paula amplia la mirada i ens explica alguna curiositat sobre la temàtica d'avui a la resta del món.

Paula: Avui us porto de ruta pel món per conèixer quines són les mesures que altres països estan implementant per tal de donar suport als seus ciutadans per donar visibilitat i suport a la salut mental, un àmbit oblidat en moltes ocasions. En alguns casos veureu que les accions que s'han pactat realment són útils, però en altres us adonareu que realment només es tracta d'un tràmit més que es fa per quedar bé...

Per començar, no anem gaire lluny i ens quedem al Regne Unit. Allà el passat 2019 el Sistema Nacional de Salut (SNS) va publicar un document que establia un Pla d'objectiu a llarg termini a seguir pel Sistema de Salut. Aquest pla tenia l'objectiu de millorar en els pròxims deu anys l'atenció que actualment s'ofereix als pacients anglesos.

Per aconseguir-ho, es van marcar una llarga llista d'objectius en què s'hi van incloure persones en qualsevol situació i edat. Per tant, un dels punts més destacats era el dels joves. Segons el document, l'SNS volia prestar més atenció a la salut dels infants i adolescents, entre els 5 i 15 anys, ja que el ràpid accés a un suport sanitari adequat permetria que infants i joves que experimentin dificultats, maximitzin les seves perspectives de tenir una vida saludable i feliç. Per tant, l'objectiu en 10 anys era assegurar l'assistència sanitària al 100% dels infants amb problemes de salut mental.

Ahora, també es feia referència als joves d'entre 18 i 25 anys en aquest document. L'SNS assegurava voler mantenir la mateixa línia que en el cas d'infants i adolescents, a més de tenir la voluntat d'involucrar universitats i escoles per tal de facilitar-los l'accés a aquests serveis.

No sé com veieu vosaltres aquest cas, però jo ho he trobat molt burocràtic, s'ha de fer perquè s'ha de fer, és un document molt bàsic.... on està la visibilització? pedagogia?

DEBAT

Ara, marxant una mica més lluny, m'he volgut fixar en Austràlia. Aquest país, juntament amb Nova Zelanda, són els països amb millors resultats en l'atenció de salut mental de tota la regió de l'Àsia Pacífica. Per tant, alguna cosa bona n'hem de treure ara.

De fet, ja des de l'abril de 1992, Austràlia ja va publicar la seva primera 'Estratègia Nacional de Salut Mental'. Aquesta iniciativa va nèixer com un document que havia de guiar un conjunt de reformes legals, però també havia d'acabar creant polítiques al voltant d'aquest àmbit.

El que busca aquest document és enfortir les institucions com a base per al compliment dels drets relacionats amb la salut mental, és a dir, sanitaris, dels ciutadans, però, alhora, aquestes institucions hauran de gestionar els avenços i desafiaments que es trobin.

Un exemple és la inversió de dos mil milions de dòlars entre els anys 1995 i 1996 per a equipar hospitals d'arreu del país amb unitats psiquiàtriques. Principalment la inversió va ser en recursos humans, és a dir, en personal, i d'aquesta manera tots els territoris podien comptar amb professionals interns o per atendre ambulatoriament.

Aquest és un clar exemple, ja no només que ens porten anys d'avantatge, sinó que si es vol, es pot.

DEBAT

Música - Smash Mouth - All Star

Per acabar, vull conèixer quina és la situació a la Xina. En aquest cas ens trobem en un cas similar al del Regne Unit, i és que encara es tracta d'un simple document. Malgrat això, coneixent com funciona el país i com en són de quadriculats, estic segura que ho acabaran complint.

La iniciativa sota el nom 'Acció Xina Saludable', és un pla que es va iniciar el passat any 2019 i es preveu que estigui actiu fins el pròxim 2030. El que pretén és millorar els nivells de tractament de malalties mentals en un 80% en aquest interval de temps, ja que en els últims anys s'han detectat un nombre creixent de ciutadans xinesos que pateixen alguna mena de malaltia o trastorn mental.

El que farà el govern xinès és, per exemple, promoure el coneixement sobre la salut mental. Per a aconseguir-ho, a banda de reforçar el sistema sanitari que es dedica a aquest àmbit, s'utilitzaran les plataformes com les xarxes socials per a donar alguns consells sobre com millorar el nostre propi estat de salut, com ara dormir les hores que toquen per a descansar, o alguns mètodes científics per a calmar la pressió.

No sé com veieu aquest pla xinès, que encara que no s'hagi implementat, jo confio que ho faran, si no han començat ja...

DEBAT

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Ara en Xavi ens farà la revisió a les xarxes socials. Què ens portes avui?

Xavi: La salut mental és un tema importantíssim com bé hem estat comentant durant tot el programa. Començo la secció avui amb una notícia que publicava el Canal 3/24 a Twitter i és que més de 21.000 persones es van suïcidar al Japó el 2020 durant la pandèmia, més del doble de les morts causades per la Covid.

És una dada molt contundent, però res més enllà d'una realitat que cada cop surt més a la llum. Després he trobat una notícia al portal VilaWeb que explica la història d'una família que s'ha hagut d'hipotecar per poder tractar la seva filla, que pateix ansietat i depressió i té conductes autolesives. Joan B. Gavalrà, pare de la filla, denuncia que ni la sanitat pública ni l'assegurança escolar no cobreixen un tractament adequat per la seva filla.

Com sempre, us hem preguntat a través dels nostres comptes a xarxes socials, i aquesta vegada tot relacionat amb la salut mental. El 100% de les persones que han respost han dit que la salut mental és important. El 91,7% considera que amb la pandèmia ha guanyat en rellevància i el mateix percentatge que encara és un tema molt estigmatitzat.

A més, el 70% creu que els joves hem patit més els efectes de la pandèmia que altres grups d'edat i el 30% restant creu que ho hem patit per igual que altres grups d'edat. El 92% dels enquestats creuen que les administracions no ens han escoltat i l'altre 8% que sí que ho ha fet. Aquests últims són la minoria silenciada.

És positiu anar al psicòleg? Pel 83% de l'audiència ho és i el 100% de les respostes creu que tot el relacionat amb la salut mental hauria de formar part de la sanitat pública. Des d'aquí donem suport a aquesta alternativa i tant de bo sigui així perquè casos com la filla de Joan B. Gavalrà tinguin remei i les famílies no s'hagin d'hipotecar.

Acabo la secció amb una cerca més positiva i és que especialment a Twitter hi ha comptes que parlen de salut mental tot i que de manera camuflada, com tot el que fem els joves. Un exemple és el de Carolina, una usuària de Twitter que diu: "no estic mentalment preparada per estar cada dia angoixada fins que arribi l'estiu". Una piulada normal, però anem fins a les respostes perquè hi ha una que m'ha semblat genial i és aquesta de WakandaWilliams (gran nom):

“Toca fer força Carolina. Estem a la recta final. Junts enrere i la traiem jugant. Hem de confiar en el treball tàctic de tota la temporada, sentir la nostra afició i creure que és possible. El de sempre, generar ocasions i ser verticals. Som-hi!”

Per acabar, hi ha una piulada que ha corregut molt per xarxes, la de: “Els joves d’avui en dia només volen una cosa...” i cada usuari hi diu la seva. Companys, vull que em respongueu vosaltres amb alguna cosa relacionada amb la salut mental.

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.2.- Atur Juvenil

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

En la societat capitalista en què vivim tenir una feina amb un sou digne és un requisit indispensable per a sobreviure. Però no ens ho posen fàcil. L'atur juvenil l'any 2020 ha arribat a ser del quaranta coma set per cent, doblant la mitjana europea que és d'un 18,5%.

El fet de no trobar feina comporta unes conseqüències psicològiques molt negatives. Si no tens feina: no pots emancipar-te, ser independent econòmicament o, sense anar més enllà, fer activitats d'oci amb els teus amics. Perquè tot i que els diners no donin la felicitat, la tranquil·litat econòmica sí que ho fa.

Falten polítiques i mesures que protegeixin els joves al mercat laboral? Patim discriminació únicament pel fet de ser joves?

I per què tot i ser una de les generacions més formades ens costa tant trobar feina?

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa en què parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: En Joan i Jo hem preguntat a experts i sindicats sobre el tema d'aquesta setmana: L'atur Juvenil. Per començar Joan, com és la situació de l'atur juvenil a Catalunya?

Joan: Dons no sorprendré a ningú dient que és molt dolenta. Per posar-ho en números, en dades del febrer, la taxa d'atur de persones entre 16 i 24 anys és del 40,13% a Espanya, la xifra més alta dels últims 5 anys. A Catalunya la xifra és una mica millor, però continua sent un inadmissible 38%.

M: I això no ho diem només nosaltres no?

J: No. De fet escoltem com defineix la situació la coordinadora d'acció jove de Comissions Obreres, Irene Ortiz Garcia.

1. IRENE ORTIZ - Situació Joves

J: I per si algú pensa que això només ho diuen els sindicats i els joves, que només saben fer que queixar-se, escoltem si voleu a la Directora General de Juventut de la Generalitat de Catalunya, Laia Girós Barrés.

2. LAIA GIRÓS - Situació complexa i no nova

J: Per tant ara que veiem que el problema és real i irrefutable, com veieu el vostre futur?

XERRAMECA

MÚSICA - The Kooks - Junk of the Heart

M: Tornant a agafar el fil del reportatge, el problema amb el que ens trobem els joves és que ens costa trobar feina, i la que trobem és precària i fràgil. Segons el Director del Centre d'Estudis Sociològics sobre la vida quotidiana i el treball de la Universitat Autònoma de Barcelona, Joan Miquel Verd Pericàs, el problema que tenim per trobar feina no és la joventut sinó la falta d'experiència

3. JM VERD - Falta experiència

J: Ara posem-nos en el cas que hem aconseguit que ens contractin. Com és aquest contracte que ens han fet? Dons en termes generals els contractes que signem les persones joves tenen dos problemes. Us imagineu quins podrien ser?

XERRAMECA

J: Comprovem-ho. La portaveu Nacional de l'Avalot, que és el Sindicat juvenil català de la UGT, Elena Álvarez, ens explica quins són aquests problemes:

4. **ELENA UGT - Temporalitat**

J: Aquest Ningú/Algú L'ha encertat i anem a comprovar el segon

5. **ELENA UGT - Parcialitat No Buscada**

J: I aquest tampoc l'havíem previst.

MÚSICA - Metronomy - The Look

M: I com podíem esperar la pandèmia no ha fet que la situació millorés. De fet, tal i com ens explica la Laia Girós, que recordem és la Directora General de Juventut de la Gene, la pandèmia s'ha acarnissat especialment amb els Joves.

6. **LAIA GIRÓS - Joves han de tornar a ser els primers expulsats del món laboral**

M: El fet que sigui final de contracte i no un acomiadament redueix les compensacions econòmiques que rep el treballador.

J: I recapitulant. Per una banda tenim que com que no tenim experiència, és més difícil que ens agafin per una feina i per una altra banda trobem que la pandèmia ha afectat especialment els llocs de feina ocupats per joves. No és una situació idíl·lica no? Dons també falta comentar que encara continuem arrossegant les conseqüències de la crisi del 2008. És el que Joan Miquel Verd defineix com a efecte cicatriu

7. **JM VERD - Efecte cicatriu**

J: I amb la crisi derivada de la Covid-19, ens podem preparar per una doble cicatriu.

MÚSICA - Black Pumas - Colors

J: No sé si tu Mariona saps si s'han pres mesures per protegir als joves de tota aquesta situació

M: Dons mira, deixaré que t'ho respongui l'Elena Álvarez, del sindicat Avalot.

8. **ELENA UGT - No hi ha mesures**

M: No obstant això, hi ha el programa de Garantia Juvenil, de la Unió Europea, que dona suport als joves a l'hora de formar-se i buscar feina.

J: Sí, i a més des de la Generalitat i el Servei d'ocupació Català recolen aquest programa, tal com ens explica Laia Girós

9. LAIA GIRÓS - Garantia juvenil

J: Ara bé, Irene Ortiz ens avisa que des de Comissions Obreres reclamen que es vagi un pas més enllà en aquest programa

10. IRENE ORTIZ - Reclamar més seguiment

M: El més preocupant però, és que tot això ens afecta tant ara mateix com en el futur, perquè tot el temps que no treballem, és temps que no cotitzem, i això, mai més ben dit, acabarà passant factura. La mateixa Irene ortiz ens ho descriu

11. IRENE ORTIZ - No cotitzem

M: Realment espanta molt veure i pensar què pot passar quan acabem la carrera o quan vulguem desenvolupar el nostre projecte de vida. De fet, el dia de l'entrevista, L'Elena Alvarez, del sindicat Avalot ens comentava que ara els joves som el col·lectiu amb més risc de pobresa, per davant de la gent gran. Com us veieu d'aquí a 5 anys?

XERRAMECA - Explicar que tots els entrevistats han comentat que es tracta als joves com si no tinguessin problemes perquè són joves i ja espavilaran o tornaran a casa els pares

J: I ja per anar acabant crec que és interessant escoltar la reflexió que va fer l'Elena Alvarez sobre com ens perceb la societat.

12. ELENA UGT - Tenim el mateix dret a desenvolupar el projecte de vida que la resta

M: És que és l'arrel del problema. L'edat no ha de definir les oportunitats laborals d'una persona, i encara menys el tipus de contractes que rebí. Perquè encara que sigui jove no vol dir que pugui tornar a casa dels pares com si res. Aquest enfocament dels problemes dels joves genera desgast, desconfiança i frustració a una generació que ha viscut entre crisis i que no se sent recolzada a l'hora de tirar endavant aquesta societat que els ignora.

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Paula, què ens portes avui?

Paula: Avui m'he volgut centrar en veure com altres països arreu del planeta terra afronten el problema de l'atur juvenil, i analitzar quines són les accions que prenen, i reflexionar una mica el perquè aquí a Espanya no som tan llestos de fer el mateix, que no crec que sigui tan difícil!!

Espanya ha registrat aquest últim any una taxa d'atur juvenil del 40% i s'ha convertit en la vergonya d'Europa una vegada més col·locant-se en primera posició de joves a l'atur i duplicant la mitjana europea.

Amb aquests percentatges, ja podeu anar veient que no em serà gaire difícil trobar solucions quan vagi a veure altres països, perquè déu-n'hi-do...

Per començar, i així veure com està el panorama europeu, m'he volgut apropar fins a Alemanya. El país germà té un escàs atur juvenil, amb una taxa que ronda el 6%. Per això em sembla interessant veure quina és l'estratègia que segueixen per poder prendre'n nota.

El passat any 2018, el diari 'El País', publicava algunes de les claus que Alemanya seguia per combatre l'atur juvenil, i el més important i que més destacava la publicació era el sistema educatiu, amb un ampli implement de la Formació Professional Dual, l'FP Dual com és més coneguda.

Pot ser que sigui un dels errors que cometem aquí probablement. L'FP Dual és una opció formativa molt poc valorada, hi ha com el pensament generalitzat que l'objectiu a la vida és fer una carrera universitària, un Màster i llavors aconseguir feina. Però és que altres països ens estan demostrant que aquest potser no és el camí més adequat.

Per ser més exactes, l'any 2018 aquí a Espanya només un 3% dels estudiants van escollir la via d'estudis de l'FP Dual, dels quals el 70% van sortir-ne amb feina. Amb aquestes dades, és una manera de reafirmar que aquí hi ha alguna cosa que no estem fent bé...

DEBAT

Si us sembla bé, i per anar una mica més enllà d'Europa, anem fins a Austràlia. Allà, la taxa d'atur en menors de 25 anys es trobava en l'11,4% l'any 2020. Allà, per començar, el govern impulsa un munt d'ajudes per a joves, tant australians, com indígenes com d'altres cultures, per a preparar-los per a tenir treball, per buscar-ne, per a ser aptes, etc. Però, a més, des de l'any 2015 des del Govern australià han impulsat un programa anomenat 'Empowering YOUth', fent un joc de paraules entre YOU (tu) i YOUTH (joventut), la qual busca donar suport a idees innovadores d'organitzacions sense ànim de lucre i no governamentals amb l'objectiu d'ajudar a joves en l'atur.

Una altra de les iniciatives ha estat 'Transition to Work', el qual proporciona assistència intensiva i prèvia a tenir feina, per tal d'ajudar els joves 'ninis' a preparar-se per a la feina. A més, el que més m'ha cridat l'atenció és que allà tenen molt en compte els joves de zones remotes. Com sabeu, a Austràlia hi ha encara molta cultura indígena, la qual està allunyada de les grans ciutats... doncs allà els tenen molt en compte per ajudar-los a incorporar-se al mercat laboral. No com aquí, que per centralistes, els de les terres remotes s'han hagut de crear un partit polític anomenat 'Teruel existe'.

DEBAT

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: En Xavi ha posat l'ull a les xarxes. Què ens portes avui?

Xavi: Per començar, hem passat el protagonisme a l'audiència que ens segueix a Instagram i a Twitter amb una petita enquesta per veure si coneixen la situació laboral que vivim els joves a Espanya o si viuen al seu món i escapen de la realitat.

Hem preguntat si sabíeu que Espanya és el país amb més atur de la Unió Europea. El 80% de les persones n'esteu al cas i l'altre 20% encara no sabeu que sou joves o és que directament viviu molt feliços.

Anem més enllà perquè volem respostes. Per què hi ha tant atur juvenil a Espanya? Respostes molt variades: des de qui diu que les empreses ens demanen massa experiència als joves, altres opten per la manca d'oportunitats i hi ha qui parla que els menors de vint-i-nou anys són el grup més vulnerable a la pobresa. No obstant això, la millor resposta sense cap mena de dubte és "Espanya és una merda". Un aplaudiment si us plau per aquesta resposta.

Donem una passa més perquè no només ens val amb preguntar el perquè, sinó que volem que aporteu solucions. Tenim de tot perquè hi ha qui proposa reformar el mercat laboral, així com si fos bufar i fer ampolles, després tenim propostes de flexibilització o d'incentiu a les empreses per part dels governs. Val a dir que tenim seguidors molt liberals, aquí ho deixo. A l'última resposta se'ns ha colat un periodista que diu "No ho tinc clar, m'hauria d'informar de les causes". Rigorositat davant tot, és clar que sí.

Passem de l'audiència a Twitter, perquè hem tingut polèmica amb un fil de Benito Arruñada, catedràtic de la Pompeu Fabra, que ha opinat en contra un article de El País, que es titula "Viure per treballar: el bucle esgotador de consultores, grans despatxos i bancs d'inversió, que pretén explicar les penalitats que pateixen els joves millors titulats a les empreses"

Arruñada està en contra dels arguments que exposa El País i diu, cito una de les piulades:

Hem criat diverses generacions de joves que:

1. Amb trenta-cinc anys encara són nens
2. Estan poc formats i sense caràcter
3. La majoria guanya més del que rendeix

4. Pretenen treballar com nens i cobrar com socis

El fil de Twitter no ha estat exempt de respostes, la majoria contràries a l'opinió d'aquest home. Una d'elles és la d'Emilio Ordiz, periodista de 20 Minutos, que diu: "Tombarella, doble tirabuixó i pi pont per acabar dient el de sempre: si et va malament és culpa teva. Si t'exploten és culpa teva. Haver estudiat. Ja cansa"

El mateix Emilio Ordiz, al seu perfil de Twitter, defensa els joves amb un altra piulada: "Som una generació treballadora, inquieta, crítica i molt ben formada. Encara que a molts no els agradi i encara que a vegades, per desgràcia, no serveixi per res.

Després tenim la resposta d'en Jaume Mas Roma que diu: "Cas 9.852 d'adult que explica als joves que si els va malament és per culpa seva. La falta d'oportunitats (moltes vegades gràcies al tap d'una generació concreta, ehem) o els sous precaris que ens ofereixen, no tenen res a veure en la merda amb què ens trobem"

També hi ha respostes del tipus "OK BOOMER", però sens dubte la millorés la de MDLR que diu "A veure si ets tan xulo quan no funcioni el projector"

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.3.- Emancipació

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

Arriba un punt de la nostra vida en què, vulguem o no, ens fem grans i necessitem marxar de casa dels pares per crear el nostre espai personal. I en aquest moment, la vida se'ns complica una mica més i ens adonem que, tot i que vulguem fer-ho, no podem.

Quan un jove es vol emancipar, es troba amb molts problemes, sobretot en termes econòmics.

I aquests problemes, encara que no ens ho sembli, realment són estructurals.

L'atur juvenil està disparat, les feines que trobem solen ser temporal, parcials i precàries i, a més a més, el mercat de l'habitatge no ajuda. Si fas comptes un mercat laboral precaritzat i uns preus de lloguers desorbitats no són compatibles.

Al final ens fan creure que el fet que els joves ens vulguem independitzar és un antull i no una necessitat. Una necessitat de construir un espai personal, mantenir la teva salut mental i conèixer-te una mica més.

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Avui parlarem sobre l'emancipació, en concret, sobre l'impossibilitat d'independitzar-nos i quines son les causes per les quals ens costa tant marxar del niu.

COP SINTONIA REPORTATGE

M: Marxar de casa dels pares, segons Eurostat, és considerat un dels passos clau per fer la transició de la infantesa a la vida adulta. Però aquest factor és qüestionable, sobretot quan ens fixem en les xifres.

Joan: Eurostat assenyala que la mitjana d'edat en què els joves espanyols s'independitzen és de 29 anys. Força més tard que a països del nord com Suècia o Finlàndia on els joves solen marxar abans dels 24 anys. I fins i tot, per sota de la mitjana europea, que se situa, aproximadament, als 26 anys.

A més, aquesta mitjana d'edat també varia segons si s'emancipa un noi o una noia. Per les noies la tendència és marxar al voltant dels 28 anys, en canvi els nois sembla que tarden una mica més, i marxen de mitjana als 30 anys.

M: De fet, el portaveu del Consell Nacional de Joventut de Catalunya, Guillermo Chirino Gálvez, també ens va remarcar que aquestes xifres han empitjorat amb els anys.

1. CHIRINO - 80% dels joves

J: El mateix Chirino també exposa que aquest factor es complica quan, com parlàvem la setmana passada, el mercat laboral tampoc ens ajuda. Ja que, normalment, solem accedir a contractes laborals temporals, de mitja jornada i no gaire ben pagats.

2. CHIRINO - 120% del sou

MÚSICA - The Kooks - Junk of the Heart

M: L'autor de l'observatori d'emancipació del Consell de Joventut d'Espanya, el sociòleg Joffre López Oller, ens fa un breu diagnòstic de com ha canviat l'edat d'emancipació dels últims anys.

3. JOFFRE - Diagnostic

J: És a dir, a Catalunya hi ha un percentatge lleugerament més alt de gent emancipada que a la resta de l'Estat. Tot i això, coneixeu a gent de la nostra edat que s'hagi emancipat?

XERRAMECA

M: Una part imprescindible de l'emancipació és a on vas a viure. I les operacions econòmiques que es fan en matèria d'habitatge és el que es coneix com a mercat de l'habitatge. Dins d'aquest mercat hi ha dues opcions, com ens explica Joffre Oller.

4. JOFFRE - Mercat habitatge

J: I si no ens podem comprar un habitatge, només ens queda l'altra opció, llogar-lo.

5. JOFFRE - Lloguer i polítiques

MÚSICA - Billy Joel - Uptown Girl

M: I com a tots els temes que hem tractat fins ara, la pandèmia ha estat un factor molt important i ha marcat la situació de l'últim any.

J: I del que vindrà ara.

M: Com ja hem sentit que ens explicava Joffre Oller, la crisi de la Covid-19 ha fet que el nivell d'emancipació, que ja anava baixant, caigués en picat durant el 2020. No obstant això, Guillermo Chirino té molt clar que els problemes venen d'abans.

6. CHIRINO - La pandèmia només ha accentuat

J: Per tant ens trobem novament amb que el problema és estructural. I això és una cosa que ens estem trobant programa rere programa i tema rere tema: els problemes que ens trobem la població jove sempre són estructurals.

XERRAMECA

- *Per què tenim tants problemes estructurals?*
- *Què li passa a la nostra societat?*
- *Ens porta al declivi com a societat.*
- *De fet, escoltem què deia el mateix Guillem Chirino, del Consell Nacional de Joventut de Catalunya, sobre la situació dels joves.*

7. CHIRINO - Cost electoral

Creieu que té raó en això? Sentim que no se'ns té en compte des de dalt?

M: Crec que està claríssim, com ja hem parlat moltes vegades al programa que els joves ens sentim, si més no, deseparats pels polítics i per les administracions públiques. Per revertir això, plataformes com el Sindicat de Llogateres de Sabadell, intenten buscar solucions.

J: Sí. Marina Jiménez Iglesias, militant del Sindicat de Llogateres, explica que la funció de la plataforma es divideix en dues tasques. Per una banda, fer pressió al govern perquè hi hagi una regulació que garanteixi el dret a l'habitatge. I per altra banda, també ajuden a veïns en casos més específics amb les eines legals de les que disposen.

A més, des del Sindicat de Llogateres denuncien que, tot i que existeixen mesures per regular aquest sector, són MESURES DE MÍNIMS.

M: Segons Marina Jiménez, són necessàries més ajudes per part de l'Estat i un augment de parc d'habitatge públic. En aquesta línia, també ha exposat l'opció de donar ús a la gran quantitat d'habitatges buits que hi ha a Catalunya.

8. MARINA - Pisos buits

M: Per acabar, Marina Jiménez, ha fet una crida perquè tots els joves que ho necessitin es posin en contacte amb elles.

9. MARINA - Falca

M: Tota aquesta informació, també la tindreu disponible a les nostres xarxes, junt amb més contingut extra que, per falta de temps, no us podem explicar per aquí. Dit això, donem el reportatge per acabat i passem a la secció de la Paula.

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: A Mirall a l'exterior, la nostra rodavons de confiança, la Paula, ens ensenya com es viu l'emancipació a la resta del món.

Paula: Doncs avui m'he endinsat a la 'deep web' de les ajudes nacionals i internacionals per a investigar una mica sobre totes les ajudes o empentes que donen les institucions als joves perquè puguin esdevenir independents i emancipar-se.

En primer lloc em vull quedar a Europa, i és que us vull proposar als que esteu des de casa que proveu el següent exercici. Entreu a l'enllaç a tres ve-dobles punt ine.es/infografias/jovenes/index_es.html (us ho deixarem a les nostres xarxes socials perquè ho pogueu consultar de forma ràpida): es tracta d'una infografia interactiva de l'Eurostat de la qual podeu conèixer quina és la situació juvenil a Europa en qualsevol àmbit. Només heu d'introduir el país d'on sou i l'edat i ja podeu començar!

Lavors, jo he realitzat el test de l'àmbit anomenat 'MI FAMILIA Y YO' mentre preparava el programa d'avui, i us vull compartir algunes dades que m'han semblat rellevants.

Per començar em preguntava si visc amb els meus pares. En el meu cas, vaig respondre sí, i el resultat va ser el següent: *Formas parte del 90.5% de chicas jóvenes de tu edad que viven con sus padres*, fent referència a España. En el cas dels nois, és un 93.9%.

Alhora, em va apuntar cap a dos altres països, els quals marquen els extrems de la balança: d'una banda, Finlàndia, on les noies de la meua edat, 21 anys, només el 17.7% viuen encara a casa amb les seves famílies (flipant). En canvi, a l'altre extrem, trobem Malta, que no molt lluny d'Espanya se situa a un 91,8%.

La següent pregunta feia referència a l'edat que em vaig independitzar. En el meu cas hauria hagut de respondre "NO APLICABLE", però vaig voler provar.

En aquest cas, la resposta que dona és si estàs per sota o per sobre de la mitjana teu país, i altra vegada quins són els països ubicats a punta i punta de l'índex.

Per començar, la mitjana per a independitzar-se en noies joves es troba en els 28,7 anys, mentre que l'edat augmenta en el cas dels nois fins als 30,3 anys. Jo ja no sé si dir-los nois o homes a aquesta edat ja.

Ara sí, apostes, companys, de la de quins són els països amb l'edat més baixa i més alta de la UE?

Doncs l'edat més temprana d'emancipació es troba a Suècia als 17.6 anys. D'aquest país en parlaré una mica més tard també, però m'impacta molt aquesta edat, perquè a banda de ser molt baixa, si és la mitjana, això vol dir que hi ha joves encara més joves que marxen de casa.

DEBAT

En canvi, el país, altra vegada no molt allunyat d'Espanya, és Croàcia, amb una mitjana de 29,9.

Després continua amb preguntes de maternitat i matrimonis, que de moment aquí encara no hi entro, però entenc que també és un factor a tenir en compte a l'hora d'estudiar l'emancipació dels joves.

La infografia continua amb preguntes sobre el treball, els estudis, temps lliure i internet, que us convido a continuar descobrint, perquè realment són dades molt interessants a conèixer.

MÚSICA - Queen - Under Pressure

Ara em vull centrar en un dels països nòrdics per excel·lència d'Europa, i al qual ja he fet referència abans (ara descobrirem perquè tenia tan bons resultats): Suècia, malgrat això, el que explicaré ara es pot aplicar a qualsevol dels països del nord que es fonamenten en l'Estat del Benestar, o qualsevol altre país del món que tinguin un millor nivell de vida perquè, en definitiva, es poden permetre fer el que explicaré a continuació.

Per a ells, el treball i l'habitatge formen part dels drets fonamentals de qualsevol habitant, i s'ho prenen seriosament, no com aquí.

Per tant, allà tenen unes polítiques fortes i actives en ocupació i també polítiques socials d'habitatge, que inclouen ajudes econòmiques per a poder-se emancipar.

A més, i dada que he trobat súper important i rellevant: Suècia durant molts anys va dedicar-se a implementar marcs regulatoris tant en el mercat laboral com en l'immobiliari. Crec que era una mesura que havia de destacar sí o sí, ja que és una cosa que aquí a Catalunya patim els joves que ens volem independitzar, i que fa temps que s'hauria de posar mà dura i començar a controlar ja.

DEBAT

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Avui en Xavi ens ha dit que ha canviat una mica el format de la secció. Què ens portes avui company?

Xavi: Efectivament Mariona. Aquesta és una secció versàtil i dinàmica, com els nostres oients, i per aquest motiu avui els hi donem més protagonisme. Aquesta setmana no han de respondre cap enquesta, sinó que s'han de mullar amb respostes més elaborades. Us he fet pensar una mica amics.

La secció d'avui constarà de dues parts. En la primera part us llegiré algunes respostes que ens han donat al través del nostre Instagram a la pregunta de què és el que menys us agrada de viure amb els vostres pares. És a dir, motius pels quals us emanciparíeu.

En la segona part entre tots construirem un món ideal perquè us posaré una resposta i vosaltres m'heu de donar solucions per millorar la convivència fins que els joves que hi han respost es puguin emancipar. Vinga Joan, posa'm una mica de música.

MÚSICA - The Weeknd - Save Your Tears

Debat - Vosaltres esteu bé amb els vostres pares a casa o també teniu motius per voler marxar?

Com sempre, hi ha hagut respostes de tots tipus. Les més serioses i coherents, del tipus "Tenim horaris molt diferents", "Haver d'explicar sempre on vaig i amb qui", "Perquè independitzar-se és créixer com a persona", etcètera. No em malinterpreteu, hi ha respostes molt bones, però aquí anem més enllà i busquem les respostes més curioses, per dir-ho d'alguna manera.

1. Anem amb la resposta de l'Arnau, que ens diu: "Ja podré viure dels fills, perquè ja hauré acabat de viure dels pares".
2. Després està la Jana que diu: "Tenim horaris molt diferents i no m'agrada dependre d'ells. I són uns desendreçats"
3. Resposta de M amb emoticona de lleó: "El problema és la intimitat, perquè m'agrada tenir el meu espai, que no hi hagi ningú per casa, menjar quan em vagi bé, que no em renyin per tot... Però per la resta tot bé". Això és com dir t'odio, però no molt

4. En Carlos també se suma a les respostes mítiques i ens diu: “El que menys m’agrada de viure amb mons pares és no tenir casa sola mai”. T’entenc i comparteixo el meu dolor amb tu Carlos.
5. La Clàudia ens diu: “El meu pare ronca a la nit”. Simplement genial.

Compte amb l’última resposta perquè és la que més m’ha fet riure quan estava fent la secció. En Jordi diu “Estar amb ells aquests 22 primers anys de vida ha estat bé, però tot té un límit”. *Ja n’hi ha prou Jordi, digues que sí.*

MÚSICA - A-Ha - Take on me

Vinga us vaig a posar tres casos, un a cadascú de vosaltres i haureu de generar una solució creativa per solventar el problema dels nostres oients.

La primera és per la Paula i en Cesc ens diu que el problema és “Haver d’explicar sempre on vaig i amb qui”. Quina seria la teva solució creativa?

La segona és per la Mariona i és que la Brenda diu que “No té privacitat i que els seus pares ho toquen tot. Què li suggereixes?

I la tercera i última és per a tu Joan perquè la Blanca ens ha fet una llista de queixes i diu així:

1. No vull donar explicacions
2. Vull poder convidar a dormir a algun ligue sense problema
3. No vull que em parlin quan em fa mandra parlar
4. Amb el toc de queda els meus amics no es poden quedar a dormir

Dona’m solucions!

Final de secció.

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.4.- Alcohol

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

Quantes vegades heu escoltat aquestes frases?

- Una copeta de vi al dia és bona per la salut.
- Fem un brindis. Va vinga, només mulla't els llavis, que no passa res.
- No dona no, amb aigua no, que porta mala sort!! Ha de ser amb alcohol.
- Però per què no et demanes un cubata? Que avorrit! Que estem de festa!!! Ni una cervesa?

L'alcohol està tan arrelat a la nostra cultura que sovint no ens n'adonem. És una substància que està més present del que pensem. I no només com una beguda pràcticament tradicional a les nostres celebracions i festes. Sinó que també està per tot arreu: al mobiliari, a les tanques publicitàries, a la televisió i un llarg etcètera.

Per tant, és habitual que l'alcohol formi part del nostre dia a dia. Però de tant en tant cal recordar que aquest no deixa de ser una droga. Una droga socialment acceptada, però al cap i a la fi una més. I som conscients de les conseqüències que té sobre la nostra salut? Comencem massa d'hora a consumir alcohol? Per què està tan normalitzat?

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 2

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Com ja haureu pogut intuir, avui parlarem sobre l'alcohol i el consum que en fem els joves. I és que sovint, quan parlem de drogues, el nostre cervell pensa directament en cocaïna, heroïna i altres drogues dures. Però és important remarcar que l'alcohol també ho és, no?

Joan: Exacte. L'alcohol és la droga més consumida i acceptada socialment. I a vegades podem pecar pensant que el seu consum no té cap conseqüència sobre nosaltres. Però abans de parlar-ne en profunditat, m'agradaria exposar-vos unes quantes dades.

Segons l'Agència de Salut Pública de Catalunya, només un 9% dels catalans d'entre 19 i 64 anys són abstemis, és a dir, que no beuen alcohol. De fet, en la mateixa franja d'edat, un 71,5% assenyala haver begut alcohol en els últims trenta dies. I si acotem una mica més i ens fixem en la franja d'edat que ens interessa, la cosa no millora. Dels joves d'entre 15 i 29 anys, un 63,1% ha begut alcohol en els últims trenta dies.

M: Com sempre, ens agrada jutjar per nosaltres mateixos. En aquesta taula som 4, junt amb la Paula i el Xavi. I tots estem dins aquesta franja d'edat. Qui de nosaltres ha begut alcohol en els últims trenta dies?

XERRAMECA

M: Sembla que podem corroborar aquestes dades. I una prova més, algú té algun amic abstemi?

XERRAMECA

M: Seguim, Joan. Amb qui hem parlat aquesta setmana per saber-ne més?

J: Sí, vam tenir el plaer de parlar amb la professora de la Universitat Oberta de Catalunya Marina Bosque Prous, que a banda de les dades que us hem exposat, ens explica que els joves també practiquem sovint el BINGE DRINKING, el que vindria a ser el consum compulsiu d'alcohol:

1. **MARINA - Binge drinking**

J: A més, com en tots els reportatges que hem anat fent, la pandèmia ha alterat aquestes xifres. Aquest cop, però, en positiu, ja que el consum sembla que ha baixat una mica. Tot i que segueixen sent xifres massa altes.

M: El consum de l'alcohol, a més a més, comença molt aviat. La mitjana d'edat d'inici és de 16,7 anys, per sota de la majoria d'edat. Marina Bosque ens exposa un dels motius:

2. **MARINA - Accés**

J: El problema és que els joves són més vulnerables als efectes de l'alcohol.

3. **MARINA - Perjudicial**

J: de fet, no és un problema només per als joves, ja que, com ens explicava la professora Marina Bosque, cada any, a escala mundial, moren al voltant de 3 milions de persones en relació amb el consum d'alcohol.

4. **MARINA - Malalties**

MÚSICA - UB40 - Red Red Wine

M: I per què consumim alcohol si tots sabem que no és gens bo per la salut?

J: Xavi, Paula, digueu ràpidament un motiu pel qual creieu que la gent beu?

XERRAMECA

J: I creieu que la pressió social és important? Ara veurem el que en pensa la tècnica de promoció de la salut de la Fundació Autònoma Solidària, Sara Carbonell Curràlo.

5. **FAS - Imitació**

J: A part de la imitació, també és un factor molt important que l'alcohol s'ha convertit en una eina molt utilitzada de socialització. De fet, crec que cap de nosaltres 4 es pot imaginar una celebració en la qual ningú prengui alcohol.

6. FAS - Droga de socialització

J: I el més important és que la gent beu perquè vol. I això que pot semblar una broma és realment important.

M: Sí, perquè, com ja ha dit Sara Carbonell, la pressió social no és determinant, en termes generals, perquè els joves beguem, i la major preocupació ja no és que beguem sinó quan decidim beure.

7. FAS - El més preocupant

MÚSICA - Phil Collins, Philip Bailey - Easy lover

M: El consum d'alcohol comporta una sèrie de mites. Des del Servei d'Assessorament i Informació en Drogues i Pantalles de l'Ajuntament de Sabadell, el tècnic i psicòleg XAVI POLO VILLODRES ens n'ha desmentit alguns.

J: Sí, el primer està relacionat amb el seu consum i les relacions amb la resta de la gent.

8. XAVI POLO - Alcohol

J: Un altre aspecte és que l'alcohol també afecta als del teu entorn.

9. XAVI POLO - Entorn

J: Per últim, també ens ha desmentit el mite de beure begudes energètiques amb l'objectiu que et baixi l'efecte de l'alcohol:

10. XAVI POLO - Begudes energètiques

J: Perquè una dada que ens ha semblat molt interessant és la quantitat d'alcohol que podem metabolitzar en un període de temps.

11. XAVI POLO - Metabolisme

J: També hem demanat a Xavi Polo que ens expliqui el que fan des d'aquest servei de l'Ajuntament.

12. SAIDP - Què es?

M: A part dels joves també els pot contactar qualsevol persona de l'entorn d'algun jove que estigui preocupada per la seva situació. A més, aquest servei treballa en xarxa amb el Taulí, Acció Social i diversos serveis més per poder ajudar de manera més àmplia.

J: Sí, ofereixen tant entrevistes amb els joves afectats com tallers.

13. SAIDP - Tallers

M: Podreu trobar el seu contacte a les nostres xarxes socials. A més de més continguts, com per exemple, l'Informe que han fet recentment sobre la situació a Sabadell.

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Senyoreta Paula Montalvo, què ens porta vostè avui?

Paula: Avui em vull posar una mica seriosa, i és que les dades són terribles i aquí venim a conscienciar.

Tal com heu comentat ja anteriorment en el programa, i segons un article de l'any 2018 que va publicar l'Organització Mundial de la Salut (OMS), aquesta institució que tots coneixem tant ara després de la pandèmia, cada any es produeixen 3 milions de morts arreu del món a causa del consum nociu d'alcohol. Aquestes 3 milions de morts suposen un 5,3% de les defuncions anuals (abans de la covid, ara les dades suposo que hauran canviat).

Cal remarcar, i així ho fa l'OMS també, que no només l'alcohol afecta a un mateix, a qui ho consumeix, sinó que també pot suposar greus conseqüències en familiars, amics, companys de feina o, fins i tot, desconeguts. Un clar exemple en són els borratxos que causen accidents, i no només es maten ells mateixos, sinó que maten una altra persona que poca cosa tenia a veure amb ells. Aquests desconeguts que també perden la vida són comptabilitzats com a víctimes a causa del consum nociu d'alcohol.

DEBAT

MÚSICA - Flashdance... What a feeling - Irene Cara

L'OMS d'altra banda s'encarrega de proposar una sèrie de polítiques als països membres. Encara que, ho diu ben clar, "és competència dels països la responsabilitat principal de formular, aplicar, vigilar i avaluar les polítiques públiques que corresponguin per a disminuir el consum nociu d'alcohol". Ve a ser una mica: "aquí ho tens, pero tu t'apanyes".

A més, afegixen que "els països membres de l'OMS tenen un equip de formuladors de polítiques que tenen al seu abast i disposició un considerable nombre de coneixements científics per constatar l'eficàcia de les estratègies a seguir". A veure, senyors de l'OMS, això s'hauria de veure... No sé en quin món viviu... Que hi ha alguns països que enlloc de "formuladors de polítiques" sembla que hi tinguin cabretes. Demano disculpes per anticipat per si alguna cabreta s'ha sentit ofesa pel meu comentari.

Si us sembla, començo a anomenar les estratègies que l'OMS exposa i les anem comentant a veure si s'apliquen aquí a Espanya. Pista: sí, però també comentem a veure què us sembla COM les posen en pràctica, la manera en què ho fan. Som-hi?

- 'regular la comercialització de les begudes alcohòliques; en particular, la venda als menors d'edat'
- 'regular i restringir la disponibilitat de begudes alcohòliques' (Supermercats)
- promulgar normes apropiades sobre la conducció de vehicles en estat d'ebrietat
- reduir-ne la demanda mitjançant mecanismes tributaris i de fixació de preus
- augmentar la sensibilització i el suport respecte les polítiques
- proporcionar tractament accessible i assequible a les persones que pateixen trastorns per abús de l'alcohol
- posar en pràctica programes de conscienciació i intervencions breus per a disminuir el consum perillós i nociu de begudes alcohòliques

Vull posar èmfasi que per moltes polítiques que s'apliquin des del govern, els únics que decidim consumir alcohol som nosaltres, i som els responsables de consumir-lo responsablement i, alhora, actuar en aquesta línia i evitar desgràcies.

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Darrere micròfons m'han dit que avui has innovat en la teva secció. Què ens portes avui, Xavi?

Xavi: En aquesta secció ja sabeu que m'agrada baixar la tensió i fer que l'audiència passi una bona estona. Per aconseguir-ho aquesta setmana us porto un petit test que he trobat per internet a la pàgina "Liopardo", d'Antena 3, que agrupa coses curioses que ens podem trobar en aquest món tan profund que són les xarxes socials.

Imagineu-vos que és divendres, ens estem preparant per sortir o fer unes copes a casa els amics. Què soleu beure vosaltres?

Doncs us porto un test que intentarà endevinar quina beguda alcohòlica sou vosaltres. És a dir, quina beguda va més d'acord amb la vostra personalitat. Com que els caps d'aquest programa (que som nosaltres) em deixen poc temps per fer-ho, respondrem les 10 preguntes entre tots i així descobrirem quina és la beguda oficial de festa de La DiSSidència.

1. Què preferiu fer un divendres?
 - a. Anar a fer unes copes a casa d'un amic
 - b. Donar-ho tot en una discoteca
 - c. Anar de tapes a un bar
 - d. Anar a un bar de rock amb bona música
2. A quina edat vau començar a beure?
 - a. 18
 - b. 14
 - c. No bec
 - d. 15
 - e. 20
 - f. 16
 - g. 17
3. Quina és la companyia ideal per prendre alguna cosa?
 - a. El vostre millor amic per explicar-vos tots els problemes
 - b. La gent de la feina per criticar / deixar com un drap brut el cap
 - c. El vostre grup de col·legues de tota la vida
 - d. La vostra parella en un to més romàntic
4. Amb quina estrella del rock us identifiqueu més?

- a. Fher Olvera
 - b. Angus Young
 - c. Bunbury
 - d. Freddie Mercury
 - e. Janis Joplin
 - f. Patti Smith
 - g. Chris Martin
 - h. Kurt Cobain
5. Amb què us agrada barrejar la beguda?
- a. Amb Coca Cola
 - b. Prefereixo beure-la sola
 - c. Cada vegada amb alguna cosa diferent
 - d. Amb llimona
6. Amb què us agrada que us posin la beguda? (Coses de menjar)
- a. Patates braves
 - b. Laminadures
 - c. Cogombres
 - d. Nachos
 - e. Pistatxos
 - f. Gaspaxo
 - g. Bombons
 - h. Formatge
7. Quina ciutat us agradaria visitar?
- a. Brussel·les
 - b. L'Havana
 - c. París
 - d. Edimburg
 - e. Rio de Janeiro
 - f. Londres
 - g. Mèxic
 - h. San Petersburg
8. Quan algú demana xopets vosaltres...
- a. Intenteu resistir, però sempre n'acabo prenent
 - b. Heu marxat a casa abans que això passi
 - c. Sou qui demana xopets
 - d. Una vegada us va passar i des d'aleshores intenteu evitar-los
9. Quan sortiu amb amics...

- a. Paguem entre tots
- b. Acabo prenent una copa de més perquè conviden
- c. Qui ha pagat aquests xopets?
- d. Acabo convidant a una ronda

10. Quan teniu ressaca...

- a. L'ibuprofè és el meu millor amic
- b. Ressaca? Què és això?
- c. No recordo què va passar ahir a la nit
- d. Els diumenges es passen millor a una terrassa

I la resposta és que la beguda oficial de La Dissidència és...

Si us ha agradat el test i voleu provar vosaltres, us deixarem l'enllaç a la nostra biografia d'Instagram i al Twitter del programa.

Fins aquí la secció d'avui!

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.5.- Addicció a les Xarxes Socials

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

Som conscients de l'ús que fem del mòbil? I de les xarxes socials? De la repercussió que aquestes plataformes tenen sobre nosaltres, tant psicològica com físicament? Us proposo imaginar-Vos una situació hipotètica. Surts de casa i et deixes el telèfon. Tornes enrere? Si la resposta és que sí, és possible que no sàpigués que pateixes NUMOFOBIA. Un concepte anglosaxó que posa nom a la por irracional que algunes persones pateixen al sortir de casa sense el mòbil.

Els smartphones ens han brindat un ventall d'oportunitats increïbles, però també s'han convertit en, pràcticament, una extensió del nostre cos. Estem connectats 24 hores, 7 dies a la setmana.

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració de la UAB Ràdio.

Fins a quin punt aquests dispositius ens estan robant temps de qualitat fent altres activitats en el nostre dia a dia? Com ens afecten psicològicament els seguidors, els likes i els comentaris? I, el més important, fins a quin punt ens estem perdent experiències mirant el món a través d'una pantalla?

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: En Joan i jo hem investigat una mica sobre el tema i hem consultat amb experts i professionals, allò que volíem saber, en aquest cas, sobre l'addicció al mòbil i les xarxes socials.

COP SINTONIA REPORTATGE

M: Per començar, Joan, dona'ns algunes dades, quin és el context en què ens trobem.

J: Perquè ens posem en situació... el 75% de la població mundial es declara dependent del telèfon. Segons dades del portal Statista, a nivell espanyol, les persones d'entre 16 i 64 anys passen 6 hores i 11 minuts connectades a Internet cada dia. I d'aquest temps, gairebé 2 hores les passem a les xarxes socials. Una altra dada que ens ha sorprès molt és el número de vegades que toquem el mòbil al dia. Segons un estudi de 2016 de la consultoria DSCOUT, de mitjana el toquem unes 2.617 vegades. I els més addictes ho fan fins a 5.400 vegades.

M: Joan, ara que comentes la mitjana d'hores que utilitza la gent al mòbil i a les xarxes, us proposo una cosa. Paula i Xavi, participeu també. Que cadascú miri la mitjana d'hores que ha passat aquesta última setmana.

XERRAMECA

M: Tornem a posar-nos seriosos. Per tenir una perspectiva més àmplia - que després la nostra companya, la Paula, ens explicarà més a fons - cal destacar que Espanya té les xifres més altes d'Europa pel que fa a joves que pateixen addicció a les xarxes socials, un 21,3%. Gairebé el doble de la mitjana europea que és del 12,7%.

J: Sí. A més, sovint aquesta addicció es relaciona única i exclusivament amb els joves, però això no és vertader. Tot i que generalment tots els estudis se centren en l'ús que els joves fem d'aquestes eines, hi ha una dada que reflecteix que no només som nosaltres. Segons un informe de la DGT, el 75% dels accidents de cotxe es donen per mirar el mòbil o tocar-lo. I, que jo sàpiga, els adolescents no tenen carnet de conduir. Per tant, podríem dir que aquesta addicció a les pantalles la pateixen tant grans com joves.

MÚSICA - Daryl Hall & John Oates - Maneater

M: Però, tot i que estem parlant utilitzant el terme ADDICCIÓ, per fer-ho tot més entenedor. Aquest ús no està considerat, de forma oficial, com a ADDICCIÓ, oi?

J: Oficialment no es considera una addicció. Tot i això, els psicòlegs consideren que la majoria de la gent fa un ús inapropiat dels dispositius mòbils i de les xarxes. Per entendre-ho definim el que és una addicció. El director de l'Associació Catalana d'Addiccions Socials, també coneguda com ASENCAS, Francesc Perendreu, ho defineix així:

1. FRANCESC - Què és una addicció?

J: En el cas de les xarxes socials ens trobem amb un paradigma que fa que la situació sigui més complexa. Segons Francesc Perendreu, a les xarxes, els usuaris podem crear-nos una identitat o reputació a través del que decidim penjar o obviar en el nostre perfil.

2. FRANCESC - Idealitzar

J: I és per aquest motiu que hi ha un dilema sobre si pròpiament existeix l'addicció a les xarxes o si l'ús excessiu de les xarxes és una conseqüència d'altres trastorns, inseguretats o problemes que pot tenir una persona. De fet, sí que hi ha consens per afirmar que les xarxes actuen com a refugi de gent que no està satisfeta amb alguns aspectes de la seva vida, ja que a les xarxes poden trobar allò que a la vida real els falta.

M: Precisament el professor del Departament de Psicologia Bàsica Evolutiva i de l'Educació de la UAB, Andrés Chamarro, assenyala quin és el perfil dels més vulnerables a tornar-se addictes a les Xarxes Socials.

3. CHAMARRO - Perfils vulnerables

M: El plaer instantani és la base de les addiccions, i en el cas de les xarxes el que ens genera més plaer és la sensació d'aprovació que tenim. En el moment en què escollim penjar una foto, ja estem esperant que la resta d'usuaris de la plataforma reaccionin positivament al que hem compartit. Així ho explica la Doctora en Comunicació Audiovisual i Publicitat i especialitzada en recerca de publicitat digital i xarxes socials, Gemma Gómez, que també és professora de la UAB.

4. **GEMMA - Gratificació instantània**

J: El perill de voler ser acceptats a qualsevol preu, acaba passant factura. El professor Andrés Chamarro remarca que el problema s'agreuja quan no es rep el feedback que s'espera.

5. **CHAMARRO - Dependència bucle**

J: Quan això passa, significa que ja hem entrat en un bucle del qual és molt difícil sortir. Per tant, s'entén que la novetat no és l'addicció en si, sinó el canvi de format d'un problema que porta molt temps existint. Perquè sempre hem buscat l'aprovació de la gent que ens envolta, sigui a les xarxes, a classe, a la feina o a qualsevol àmbit del nostre entorn.

MÚSICA - KC & The Sunshine Band - Give it up

M: Tot això és el que ens pot fer ser addictes a les Xarxes socials a nivell humà. Però què és el que les plataformes fan per ser addictives? La resposta ens la dóna, la professora Gemma Gómez.

6. **GEMMA - Disseny**

M: Això, que pot semblar una obvietat, és el que fa que ens passem hores i hores davant d'una pantalla. De fet, per explicar-nos quins aspectes del disseny fan aquestes plataformes addictives. En Joan, crec que ens ha preparat un joc.

J: Sí, anirem escoltant quines eines del disseny de les aplicacions que utilitzem són les que fan que les xarxes ens retinguin mirant el mòbil, segons Gemma Gómez. I comprovarem si mai ens han provocat aquest efecte a nosaltres quatre. També proposo a tots i totes els que ens escolteu que ho feu. Primer aspecte del disseny:

7. **GEMMA - Punts suspensius**

J: Jo aquest he d'admetre que em fa estar enganxat. Si veig que algú m'està responent dons em quedo esperant per veure el què em vol dir. Anem amb el següent:

8. **GEMMA - Slot machine effect**

Teniu la sensació que això us fa estar més temps mirant el feed d'Instagram, per exemple?

Aquest *Slot Machine Effect* té un altre component que encara ho porta més enllà.

9. **GEMMA - Temps de càrrega**

Continuem amb els següents elements de disseny de les xarxes que ens enganxen.

10. **GEMMA - Notificacions push**

Aquest també és efectiu en el meu cas, vull dir, crec que els únics cops que miro el mòbil sense voler fer alguna cosa expressament són per què em salta una notificació. Us passa a vosaltres?

Aquest reclam de les notificacions deriva amb el que es coneix com a fomo. Què és el FOMO?

11. **GEMMA - Fomo**

MÚSICA - Kenny Loggins - Footloose

M: Les Xarxes poden servir per tapar mancances que tenim a la vida real, per posar un pegat a inseguretats, faltes d'autoestima o problemes que tenim amb nosaltres mateixos. Però quan les xarxes ens fallen i perdem aquest suport, és quan les persones podem arribar a patir alguna mancança emocional. Francesc Perendreu, descriu aquest efecte com un exoesquelet emocional.

12. **FRANCESC - Exoesquelet emocional**

J: Les conseqüències que això comporta poden ser molt variades i, amb el temps devastadores. El que comença per simplement dedicar més temps a les xarxes per obtenir aquells "likes" pot comportar que cada vegada necessitem fer més esforços per arribar a tenir el mateix resultat. I deixem de fer altres coses per poder dedicar temps a, en aquest cas, aconseguir likes a les xxss.

La psicòloga, ROSA DÍAZ, explica que alguns estudis mostren com la gratificació instantània de les xarxes socials, afecta més a les dones que els homes:

13. ROSA DÍAZ - Dones

M: A les xarxes, tenim el costum de mostrar allò que ens interessa, allò que volem que la gent vegi que fem, que mengem o que veiem. Amb el cas d'Instagram és més fàcil de veure i arran d'aquests comportament les més perjudicades acaben sent es dones, les quals es veuen pressionades a obtenir aquest cos o imatge normativa.

COP MÚSICA

Per acabar hem buscat recomanacions i consells per moderar el nostre ús dels telèfons i les xarxes. Per Internet, ens han aparegut molts resultats, des de deixar el mòbil fora de l'habitació i que no sigui el primer que mirem al llevar-nos, fins a hores recomanades d'ús. Però al final, segons la psicòloga Rosa Díaz, cadascú ha de trobar l'equilibri que li funcioni bé.

14. ROSA DÍAZ - Recomanacions

A diferència d'altres addiccions com les drogues o l'alcohol de les xarxes socials es pot fer un bon ús. Hem d'aprendre a gestionar el temps que els hi dediquem per nosaltres mateixos. I buscar la fórmula que ens vagi millor a cadascú.

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Ara volem obrir els ulls a la resta del món i conèixer l'impacte de les xarxes a altres països. Paula anem amb tu!!! Què ens expliques avui?

Paula: Doncs avui viatjarem per veure com en altres societats es reflecteix aquesta problemàtica que hem tractat, l'addicció a les xarxes socials. Encara que sigui un aspecte que afecta a la salut mental de la gent, les xarxes socials poden afectar-nos de moltes altres maneres, no només creant addicció.

I per això en primer lloc parlarem sobre un aspecte que aquí a Espanya també hem viscut, però abans es va començar experimentant en altres països més moderns i desenvolupats als nostres. Vaja, que van anys per davant nostre.

L'estiu de l'any 2019, Japó, Nova Zelanda, Austràlia, Irlanda, Itàlia i Brasil van veure com, d'un dia per l'altre, desapareixien els *likes* de la plataforma Instagram. Tot i això, ja feia temps que al Canadà no podien veure aquesta xifra a sota de les fotografies que els usuaris compartien. És a dir, podriem dir que Canadà va ser el país conillet d'índies.

Mark Zuckerberg, propietari de Facebook, és a dir, d'Instagram també, va declarar en aquell moment que el que volien des de l'empresa era que els usuaris se centressin en les fotografies i vídeos, i no en els *m'agrada* que cada persona acumulava.

Tal com hem anat comentant al llarg del programa, aquesta podria haver estat una mesura implementada perquè els joves d'avui dia, els quals poden arribar a sentir moltes inseguretats i fixar-se molt en els estereotips que es mostren molt superficialment a les xarxes socials, no vulguin ni puguin comparar-se amb xifres amb altres usuaris de la xarxa.

Tot i això, jo tinc els meus dubtes que això funcioni. Considero que el que realment provoca inseguretats en les persones, sobretot noies, són aquests cossos perfectes que es mostren, i la fotografia perfecta. Què en penseu vosaltres, companys?

DEBAT

Pregunta per al Joan i Xavi: Vosaltres també sentiu pressió estètica quan veieu nois que es troben dins del cànon de bellesa? Perquè sempre es posa el focus en les noies sobretot i jo tinc aquest dubte, si els nois també sentiu aquesta pressió.

DEBAT

MÚSICA - Dancing in the moonlight

D'altra banda també volia tractar un cas més recent i amb una de les plataformes més conegudes i utilitzades del moment: Tik Tok. I és que Itàlia va bloquejar durant gairebé un mes la plataforma després que una nena de només 10 anys morís ofegada en intentar fer un repte que havia vist en aquesta xarxa.

Davant aquest tràgic incident, el govern italià va decidir bloquejar la plataforma durant tres setmanes. Tot i això, cal remarcar que, tal com va publicar 'El País' en el seu moment, va ser el mateix govern el qual va advertir a l'empresa xinesa un mes abans que passés això que estaven tenint poca atenció a la protecció dels menors i que era molt fàcil saltar-se els límits d'edat per accedir-hi. Que com ja deveu saber, en molts països, a l'hora de registrar-te et demanen tenir un mínim d'edat, en el cas d'Itàlia són 14 anys, però tampoc et demana cap documentació, per tant, t'ho pots inventar i ningú et vindrà a buscar per haver mentit.

Llavors, les xarxes socials no només suposen un perill per si en podem esdevenir addictes, sinó que també poden provocar finals dramàtics com el d'aquesta nena de només 10 anys.

No sé com us heu quedat després d'aquesta història?

DEBAT

MÚSICA - Pumped Up Kicks

Per acabar, voldria fer una reflexió que jo mateixa he anat tenint mentre preparava aquesta secció. I és que veient moltes de les accions que s'han pres en molts països, algunes d'elles justificades — com la que acabem de veure a Itàlia — o d'altres que no ho estan tant, com és el cas de l'intent de prohibició de TikTok als Estats Units per part de l'expresident Donald Trump.

La meva reflexió és, on es troba la fina línia entre limitar les xarxes socials per al nostre bé, per salut pública, per salut mental, etcètera, i limitar-ho com a acte contra la llibertat d'expressió? Vull dir, és molt fàcil anar limitant dient: això ho faig pel vostre bé, no sigui cas que us torneu tots bojos!! I quan te'n dones compte... a, ja ho tens tot fora. No sé què en penseu vosaltres?

DEBAT

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Bé Xavi, què has trobat per les xarxes?

Xavi: Doncs hem fet una petita enquesta per veure si els nostres oients tenen esperit crític i són conscients de les seves addiccions o si creuen que són més que ningú i escapen al vici de les xarxes.

Hem preguntat a través del nostre Instagram i Twitter:

- Amb quina freqüència utilitzen els nostres oients les xarxes socials
- Quines utilitzen més
- Quantes hores al dia hi passen
- Si les consideren positives
- Si són addictes

Tothom utilitza xarxes socials i les utilitza cada dia. No vull dir que són addictes, però ho són i bastant. Com vosaltres, per això no us pregunto.

La xarxa social més utilitzada és Instagram amb un 74,2% dels vots, enfront els 16,1% de Twitter, el 6,5% de Tik Tok i el 3,2% d'altres.

Quina xarxa utilitzeu més vosaltres?

En quant a hores diàries, més del 50% utilitza les xarxes més de dues hores al dia, quasi un 40% més de tres i la resta quatre hores o més. En la mateixa línia, un 22,6% ha dit que sí es considera addicte a les xarxes i l'altre que no. Ara bé, on està el 54,8% restant? Doncs han respost "tal vez". En definitiva, la millor manera de dir que estàs viciat sense reconèixer que ho estàs. Per mi és l'equivalent al "mi perro se ha comido los deberes" que tots hem dit al cole alguna vegada. Sí, Joan, tu també.

Vosaltres us considereu addictes?

Però anem més enllà. Són positives les xarxes? Doncs el 62,1% diu que sí. Enhorabona, ets uns viciat i a sobre ho blanqueges.

Són positives, són negatives?

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.6.- MENA

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

En els darrers mesos els discursos xenòfobs han tingut un factor comú: la criminalització dels Menors Estrangers No Acompanyats. Els joves migrats arriben aquí en cerca d'un futur millor. Jugant-se la vida per arribar a Europa. I què es troben en arribar aquí? Es troben un sistema saturat, un munt d'impediments legals i una sèrie d'estigmes contra els quals lluitar.

Avui a l'editorial ens limitarem a denunciar el tracte que reben els menors no acompanyats. A fer-vos reflexionar sobre els prejudicis que tenim sobre ells. I a compartir amb vosaltres uns testimonis que esperem que us facin entendre una mica més pel que passen aquests joves.

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Avui en Joan i jo parlarem sobre els Menors Estrangers No Acompanyats, també coneguts com a MENA's.

Joan: Sí, i el motiu és que l'arribada d'aquests ha crescut en els darrers anys. Només a Catalunya, l'any 2019, van arribar 1.977 joves. Més d'un 90% d'ells: nois. En els últims mesos, els també coneguts com a MENAs, han estat al centre dels discursos xenòfobs de partits com Vox. I avui hem volgut donar-los un altaveu.

M: Abans, però, no podem començar el programa sense agrair al Centre Estela Nova la seva col·laboració. Avui parlarem amb la seva directora, REME RUBIO, i dos joves que van passar pel centre, l'IMAD i l'ALLIDU, que van venir a Catalunya en cerca d'un futur millor.

MÚSICA - Toto - Africa

M: Hem parlat amb la directora del centre d'acollida de joves migrats sols Estela Nova, Reme Rubio García. A ella li hem preguntat quin és el procés que segueixen els joves quan arriben.

1. REME - Circuit

J: Per tant, tot i que oficialment no és així, el circuit a la pràctica comença a les comissaries, on els mossos avisen a diversos serveis socials.

2. REME - Circuit 2

J: Segons la teoria, en aquests centres no s'hi haurien de quedar gaire temps, però a la pràctica la situació és tan saturada que aquests centres d'emergència acaben actuant com a centres de llarga durada.

M: Una vegada han pogut accedir a un centre, encara els espera un altre gran problema, més a llarg termini: La renovació de la nacionalitat.

3. REME - Permís de residència

J: Per poder renovar els papers es necessita ensenyar un contracte de feina. Com es pot canviar el permís de residència per un permís de residència i treball? Doncs presentant un contracte de jornada complerta d'un any de durada

M: És a dir, han d'aconseguir un contracte d'un any a jornada complerta per poder tenir accés a treballar.

4. REME - És molt difícil

M: Un obstacle pels dos joves que coneixereu a continuació i que actualment estan vivint en primera persona.

MÚSICA - Stevie Wonder - A Place in the Sun

M: Un d'ells és l'ALLIDU AMADU, un jove de 19 anys que va arribar a Espanya quan en tenia 16. Ell és originari de Ghana i va arribar fins a Itàlia fent el circuit llarg. Un viatge molt dur que ha compartit amb La Dissidència.

5. ALLIDU - Primera part

M: Aquest tipus de cotxe al qual fa referència l'ALLIDU és un pick-up. Són els cotxes que tenen una espècie de maleter darrere obert, molt llargs. El viatge en cotxe del Níger a Líbia va ser de 4 dies pel desert. I una vegada a Líbia, va treballar per un pintor per poder pagar el viatge en pastera fins a Itàlia.

J: L'Allidu explica que el pitjor de tot el trajecte va ser allò. Va viatjar durant 4 dies en una pastera petita amb unes 9 persones més i alguns d'ells, per desgràcia, no van arribar a Itàlia.

J: Una vegada a Itàlia va anar en autobús fins a Barcelona i el van portar al primer centre on va viure, a Sant Feliu de Llobregat. Allà va estar-hi uns mesos i ja va marxar cap al centre Estela Nova, a Arenys de Mar.

M: Al centre de Reme Rubio, l'Allidu va aprendre català i castellà. Ens ha remarcat que gràcies als programes de mentoria, aprendre català li va resultar més fàcil. Són uns programes en què gent catalana s'apunta per ajudar els joves a adaptar-se.

6. ALLIDU - Mentora

M: Per l'Allidu, la seva mentora, la Núria Costa, va ser molt important:

MÚSICA - Tom Russell - Who's Gonna Build your Wall

M: Coneixem un altre dels nois amb qui hem pogut parlar, l'Imad Bakkali. Un noi de 19 anys que va venir de Tànger, al Marroc. Va creuar l'estret de Gibraltar i un cop a terra ferma es va encaminar cap a Barcelona en autobús. Ell mateix explica quins passos va seguir un cop ja va ser a Barcelona.

7. IMAD - Comissaria i Creu Roja

J: Quan va fer els 18 anys va haver de marxar del centre i des de fa un mes viu en un pis compartit amb dos nois més.

8. IMAD - ASSOCIACIÓ DONA PISOS

J: Està estudiant un cicle formatiu per ser auxiliar administratiu. I ens comenta que, gràcies a viure al pis ara, pot estudiar millor, ja que, a més, al centre eren uns 15 nois per habitació.

M: Ara tant l'Imad com l'Allidu estan estudiant, però tenen els papers caducats. I recuperant el que exposava la Reme a l'inici del programa, per renovar els papers necessiten un contracte d'un any a jornada completa. El que suposa, pràcticament, una missió impossible.

COP MÚSICA

M : Quan estàvem preparant el programa va sorgir la polèmica sobre la campanya electoral de Vox a Madrid, en què es comparava la pensió que rep la gent gran amb els suposats diners que li costa a l'estat mantenir entre cometes un menor tutelat.

Diguem suposats diners perquè, com ja sabem, les dades eren falses i estaven esbiaixades

J: Exactament, i una de les coses que li vam preguntar a Imad és què en pensa de la gent que criminalitza els menors no acompanyats.

M: L'Imad, com encara li costa una mica expressar-se de manera fluida en català, ens va dir que ens enviaria un àudio per Whatsapp, ja que volia respondre bé a la nostra pregunta. I la resposta va ser aquesta:

9. IMMAD - VOX

J: I té tanta raó. Si intento imaginar-me que estic en una situació similar i em pregunten per aquesta gent, no sabia què respondre sense insultar.

M: Jo igual, sincerament. Què n'opineu sobre aquesta campanya que Vox va utilitzar?

XERRAMECA

M: Per acabar, vam voler preguntar a tots tres de quina manera podíem ajudar el col·lectiu amb el nostre temps. I hem recollit dues opcions. Una d'elles ens l'explica l'Imad:

10. IMAD - Amics

J: La directora del centre, Reme Rubio, va desmentir alguns dels mites i els estigmes que se'ls atribueix als joves migrants i totes les explicacions les podreu trobar a les nostres xarxes socials, a Instagram i a Twitter.

M: A banda d'aquest treball de conscienciació social, que és molt important, REME RUBIO també anima a qui estigui interessat a proposar noves iniciatives, des de parelles lingüístiques fins a lligues de futbol amb els joves o, fins i tot, apuntar-se al programa de mentoria.

Com sempre, tota aquesta informació també la tindreu als nostres perfils. I des de La Dissidència, us animem a participar si teniu temps i ganes per fer-ho.

Ara passem a la següent secció del programa!!!

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Avui a Mirall a l'Exterior em sembla que no marxem gaire lluny i ens quedem dins el continent. Paula, què ens has preparat?

Paula: Avui em centraré en veure com una de les grans potències europees ha fet front a la temàtica dels immigrants, en concret, dels refugiats i de la criminalització que han tingut.

MÚSICA - Tribade - Vamos pal Mar

Com molts us deveu imaginar, parlo d'Alemanya, i és que aquest país, sota el mandat d'Àngela Merkel, van posar-se com a objectiu acollir refugiats majoritàriament de Síria l'any 2015, i van arribar a l'esgarrifosa xifra de més d'1 milió de sol·licituds de refugi.

En aquell moment, es van generar moltes polèmiques respecte a l'arribada d'aquesta gran onada de gent, i el revolt va ser important.

Per exemple, es va donar el cas de la nit de cap d'any del 31 de desembre del 2015 a l'1 de gener del 2016, quan a la ciutat de Colònia es van registrar nombrosos casos d'agressions sexuals (més de 200), robatoris i, almenys, 2 casos denunciats de violacions a dones. Aquests fets també es van registrar a Berlín, Bielefeld, Dusseldorf, Frankfurt, Hambúrg i Stuttgart. I també es van donar casos a altres països, com Àustria, Finlàndia, Suècia i Suïssa.

Centrant-nos en Colònia, que és la ciutat on més casos es van donar, es van detenir 31 sospitosos. D'aquests, 18 eren sol·licitants d'asil, i els altres 13 eren persones procedents de l'Orient Mitjà que havien rebut la nacionalitat alemanya l'any anterior. També cal dir que hi ha unes altres 21 persones sospitoses que mai van ser detingudes de les quals m'ha estat impossible trobar la seva nacionalitat, procedència o aparença física. Serà el poder d'escapolir-se dels problemes de l'home blanc? Mai ho sabrem, amics.

Com aquests, se'n van donar desenes de casos, però igualment suposaven una petita part de tots els refugiats que van arribar al país. Malgrat això, la campanya de criminalització que se'ls va fer, igual que està passant aquí, és massa.

XERRAMECA

Ara ja fa gairebé 5 anys que aquest milió de refugiats va arribar a terres alemanyes. I us preguntareu: com està el panorama? Doncs sorprenentment genial!

Segons l'IAB: Institut sobre Mercat Laboral i Investigació de Treball de Nuremberg, la meitat dels refugiats que van arribar al país germà tenen un treball remunerat avui dia. I, d'aquests, el 56% estan en llocs qualificats.

Per acabar, volia donar una última dada de l'Institut Alemany d'Investigació Econòmica de Berlín. I és que les persones refugiades que tenen un nivell educatiu alt, que resulta ser un 75% dels sirians, han après alemany més ràpidament, cuiden millor la seva salut, acostumen a trobar feina i els seus fills s'eduquen millor. En definitiva, que s'adapten súper bé. I aquesta dada, com comentàvem abans, s'ometen, i es tenen més en compte la minoria que fa mal.

I direu: què passa amb la minoria que s'allunya d'aquest perfil i es troba més dificultats? Jo us pregunto a vosaltres: què hi fem nosaltres? Res; què hauríem de fer? Ajudar-los perquè s'adaptin. Aquesta gent està fugint de casa seva perquè estan en guerra i no tenen altra opció, i una situació així no és plat de bon gust per ningú. Si us plau, siguem empàtics i posem les coses fàcils, que no és tan difícil!!!!

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Hi ha algú en aquest programa que segueix innovant setmana rere setmana. Què ens portes avui Xavi?

Xavi: Sóc un cul inquiet, tinc ànima d'aventurer i per això cada setmana us porto una innovació pensada per mi. En realitat no, però canvio més de tipus de secció que de calçotets. I per això, també canvio de cançó

En fi, que aquesta setmana he imitat un dels ídols de Catalunya com és l'Andreu Juanola, que, per qui no sàpiga, és el presentador de La Sotana, un programa humorístic que parla de futbol. Doncs bé, l'Andreu feia una secció de titular vertader o fals i això us porto avui. Us donaré un titular a cadascun relacionat amb els MENAS i m'haureu de dir si és cert o si me l'he inventat jo.

1. Paula: Vox demana devolució immediata de MENAS i puntada al cul en 24 hores als okupes.
2. Mariona: La Fiscalia de Barcelona presenta la primera querella per 'fake news' sobre MENAS.
3. Joan: titular de Susanna Griso a Espejo Público, va dir: "Obrir un debat sobre els MENAS seria miserable"
4. Paula: Detinguda una mare marroquina a Melilla per deixar el seu fill a prop d'un centre perquè es convertís en MENA.
5. Mariona: Rocio Monasterio demana protecció als espanyols de raça davant l'arribada massiva de MENAS.
6. Joan: Els MENAS que van fer plorar a tothom a Got Talent aconseguixen el passi d'or conjunt

Doncs vinga Xavi, donem l'Altaveu per acabat!!!!

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.7.- Lligar

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

Les formes de relacionar-nos han canviat. Hem canviat el Love Is In the Air pel Love Is In The Wi-Fi. L'amor a primera vista per un match. I el fet de poder mirar-nos als ulls a mirar-nos a través de les pantalles. I si abans de la pandèmia ús de xarxes socials per lligar ja estava creixent. Amb la pandèmia sembla que no ens ha quedat una altra opció. Amb els bars i les discoteques tancades vam haver de buscar alternatives i com el distanciament social no et deixava utilitzar l'excusa de: perdona tens foc? per iniciar una conversa. Ara ens hem d'inventar alguna frase enginyosa per escriure a un o una desconeguda per mitjà del cupido del segle XXI, Tinder.

Com han canviat les relacions amb l'aparició d'aquestes apps?

Com ha afectat la pandèmia en les nostres vides amoroses?

I, per últim, i objectivament el més important: quins són els trucs infal·libles per dominar l'art de la seducció?

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Avui parlem sobre lligar, l'art del flirteig i sobre com no endur-te carabasses en comptes de l'altra persona a casa no Joan?

Joan: Sí, i és que avui no us podem donar dades sobre com ha disminuït el nombre de flirtejos en temps de pandèmia així que ens hem dedicat a trucar a sexòlegs i sociòlegs per entendre com es lliga i, sobretot, com es lliga bé, perquè si ja era difícil lligar abans de la covid-19, ara ja és missió impossible.

M: Personalment estic desitjant que algú m'ensenyi a fer-ho bé. Així que no ens allarguem, comencem!

MÚSICA - Love is in the air - John Paul Young

M: Abans d'intentar descobrir com s'ha de lligar hem volgut saber què significa tenir una relació, i la resposta ha estat, com a mínim, sorprenent no?

J: Doncs sí. Hem parlat amb el sociòleg, professor d'estudis d'arts i humanitats de la UOC i director del màster en humanitats de la UOC, Francesc Núñez Mosteo per descobrir què vol dir estar amb una persona.

1. NÚÑEZ - Media Markt

J: Vinga, adéu, les relacions són inútils, ja podríem marxar.

M: Noooo home no, no són inútils. El que vol dir és que si ens ho mirem des d'un punt de vista purament racional el compromís vol dir això, que et quedes amb algú encara que trobis algú altre millor en el futur.

J: Per acceptar aquest compromís, però, hem de sortir a lligar. I com ens comportem a l'hora de fer-ho? Doncs segons, FRANCESC NÚÑEZ ens comportem com a mercaderies o capital:

2. NÚÑEZ - Som capital

J: I encara que faci mal reconèixer-ho, crec que estem tots d'acord que és cert, no? Es tan fàcil com preguntar-vos o fèieu, què feu per arreglar-vos al sortir de festa?

XERRAMECA

M: I no només ens arreglem físicament, sinó que quan ens presentem a algú amb la intenció de lligar també canviem la nostra manera de ser i de vendre'ns.

3. NÚÑEZ – Mite al presentar-te

M: Quin és el mite que veneu en presentar-vos?

XERRAMECA

M: Coincidim doncs que presentar-se a un mateix és, si més no, una tasca difícil.

MÚSICA - At the club - Jacques

M: L'oci nocturn és un dels sectors que més està costant recuperar al 100%, i per tant ens hem quedat sense els bars a la nit, les discoteques, festes majors, en definitiva, els llocs típics per lligar. Anava a preguntar-vos si aquesta falta d'espais d'emparellament us ha afectat, però tenim dos casats. Així que modificaré la meva pregunta i us preguntaré quins són els vostres llocs predilectes per lligar?

XERRAMECA

M: Tot això ha quedat substituït per aplicacions com Tinder. De fet, segons la mateixa empresa, el nombre d'usuaris d'aquestes aplicacions ha augmentat un 15%.

J: Sí. Hem parlat sobre com han canviat les relacions amb la Tècnica de promoció de la salut de la Fundació Autònoma Solidària, Sara Carbonell Curralló, i amb l'estudiant de Medicina Iris Kúchinich que coordina el voluntariat de salut de la FAS. Iris Kúchinich destaca que s'han reduït els llocs on lligar:

4. FAS - Només et queden les apps

J: I és que al final fan broma amb el transport públic, però realment, per motius sanitaris, s'han tret els llocs tradicionals per lligar i indirectament s'ha potenciat l'ús de les apps.

M: I a sobre com explica Sara Carbonell amb la pandèmia ens hem tornat més exigents a l'hora d'escollir a qui li donem una oportunitat i a qui no.

5. FAS - Som més exigents

M: El problema, o millor dit, un dels problemes, és que les apps deshumanitzen les relacions. Com que no tenim a la persona al davant, no podem captar tot el llenguatge no verbal i ens limitem a jutjar a les persones per les seves fotografies i en alguns casos per com es descriuen elles mateixes.

J: Això fa que inconscientment utilitzem molts estereotips, tant per vendre'ns com per jutjar a la resta.

M: Exacte, a l'hora de lligar per internet o per aplicacions, tot això de presentar-se bé i voler vendre'ns com si fóssim el nou Iphone encara s'exagera més, i inconscientment intentem vendre estereotips que creiem que són positius per arribar a l'èxit ràpidament.

J: Intentem transmetre allò de "Sóc el típic que està fort i es cuida" o el de "Sóc el típic que és enrotllat i extravertit". I això les aplicacions ho aprofiten al màxim, tal com diu Francesc Núñez de la UOC.

6. NÚÑEZ - Formularis

MÚSICA - 4-3-3 - Els Amics de les Arts

M: I recuperant el que deia Núñez sobre el compromís i les relacions, hem preguntat a la sexòloga Silvia Pastells Pujol com han canviat les relacions en les últimes dècades.

J: Sí, li hem preguntat de fet si el que coneixem com a amor romàntic ha caducat o encara és vigent

7. SILVIA - El 'per sempre' no és cert

M: A més, Silvia Pastells també qüestiona el model monògam que tenim establert a les relacions. Això sí, proposa alternatives.

J: Efectivament, el que diu és que sovint donem per suposat que una relació ha de ser monògama i no es parla amb la parella si la relació és purament exclusiva.

M: Però ella no està en contra de les relacions llargues amb una persona no?

J: No, ella el que proposa és que d'una banda hi hagi una persona amb la qui hi tinguis una relació de confiança, suport, etcètera. Però que la relació sigui prou flexible per a veure't esporàdicament amb altre gent si així ho desitges.

8. SILVIA - 'Per sempre' és antinatural

J: I si les relacions s'encaminen cap a la flexibilitat, vol dir que encara que tinguis parella hauràs de continuar lligant.

M: I per això li hem fet la gran pregunta: Com hem de lligar per tenir èxit?

9. SILVIA - Ser tu mateix

M: Us esperàveu una fórmula màgica? Doncs no!

J: I com que no existeix aquesta fórmula màgica la creativitat acaba sent molt important per lligar. Per tant la pregunta es fa sola:

XERRAMECA

- Quines són les millors maneres amb què heu tirat o us han tirat la canya?
- Alguna vegada heu tingut una cita amb algú que heu conegut per xarxes?
- Quina és la vostra arma infal·lible?

J: Però nois i noies. Tinc una bona notícia. Bé, més ben dit, Sílvia Pastells té una bona notícia.

10. SILVIA - Seduir es practica

M: Per tant no tingueu vergonya, proveu coses i, sonarà molt típic, però el NO ja el teniu. A més, aquest no, com a mínim us servirà de pràctica.

En definitiva, passeu-vos-ho bé, estimeu a qui vulgueu, com vulgueu i sigueu vosaltres mateixos. Que prou en tenim amb els cànons de bellesa com per també tenir-ne de personalitat i semblar tots robots.

Feu-vos petons i estimeu-vos molt, però tot això després del programa que ara marxem de viatge amb la Paula!!!!

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Som-hi Paula, què descobrim avui d'arreu del món?

Paula: Avui he volgut que a la secció, a banda d'aprendre, també riguem una estona. I per això m'he endinsat al *senyor Google* que diu el meu pare, i li he preguntat com lliguen en altres països o com lligar amb persones d'altres nacionalitats o, més aviat depenent de la situació, com NO lligar. Si voleu conèixer les respostes que m'ha donat el gegant d'internet, comencem!!

MÚSICA - Gimme a man after midnight

Us explico com m'he informat avui (si és que li podem dir informar) i comencem pels països he trobat. El que he fet ha estat buscar a Google: "Com lliguen els...", i a continuació diverses nacionalitats com a opció, que m'imagino que deu ser el que la gent també busca més, per tant, pillins pillins, us he enxampat intentant buscar noves estratègies.

Comencem pels anglesos, que han estat els primers que m'han sortit. Cerco: 'Com lliguen els anglesos', i una de les entrades que m'apareix és la següent: 'Lligar al Regne Unit i Londres', de la web *seduccion agresiva PUNT wordpress PUNT COM*, comencem bé amb el nom. Però agafeu-vos, perquè continua cap a pitjor: la fotografia en portada: quatre noies en biquini, el qual té el disseny de la bandera d'anglaterra. Permeteu-m'ho: TARGETA LILA.

Per la foto, podem deduir que no es tracta d'un article qualsevol, sinó que ens trobem davant del màster sobre com seduir a una noia (pista: NO ES SEDUEIX AIXÍ, en parlarem més endavant).

Primer punt a tenir en compte: L'autor (he assumit que és un home? sí, ja veureu per què) assegura que les britàniques no són tan obertes com les espanyoles. Fa referència al caràcter, d'acord. Fins aquí tot correcte. Però, primeríssima frase, LLEGEIXO TEXTUALMENT: "Les britàniques no estan tan predisposades a obrir-se de cames com les espanyoles o altres europees. Això et pot sonar estrany, ja que les britàniques tenen fama de ser unes "guarrilles". En general, això és veritat quan estan de vacances al nostre país o quan estan tan summament begudes que no s'aguanten ni de peu".

SENYOR, SEGONA TARGETA LILA I EXPULSIÓ. Així no home, és que no sé què fa un senyor així donant consells de com lligar, si hauria d'estar a la presó per depredador sexual.

Després dona alguns consells com tenir en compte que ells tenen un humor diferent i que ho tinguem en compte per no sobrepassar-nos, que en alguns locals, si ets home, no et deixen entrar per falta de dones o que es tingui en compte que als bars i clubs hi poden entrar menors de 18 anys. JA N'HI HA PROU, TARGETA LILÍSSIMA.

MÚSICA - Love to love you baby

Ara us porto el punt de vista contrari: una autora parlant sobre un home, en aquest cas, un noruec. No podia faltar conèixer com són els nòrdics, els quals tenen fama de freds.

En el seu blog, *el punto de vista de mar ingenua PUNT blogspot PUNT COM*, aquesta noia explica que vol explicar “el seu punt de vista, basat en les seves experiències, i que no vol generalitzar, però que ella ha tret les seves pròpies conclusions”.

Primer de tot, assegura que els noruecs van, el que se li diu, a poc a poc. L'autora diu: “No és que li tinguin por al compromís, sinó que depenent de la dona amb la qual es troben, alguns prefereixen prendre's les coses amb calma. Qui vol ser utilitzat o ferit en una relació? Qui no vol veure primer on s'està posant abans que sigui massa tard per sortir corrents?”. Un premi si-us-plau a aquesta autora, un aplaudiment, ha descobert Amèrica!

Continuem. “Són molt respectuosos. No van per allà mirant-li el cul a (AGAFEU-VOS, EXPRESSIÓ QUE NO HAVIA ESCOLTAT EN LA VIDA, la dic en castellà perquè ho escric en aquesta llengua) *cuanta escoba con falda pase por delante de ellos*. Senyora, targeta lila per vostè. Recordem que el culpable de desmarxar-se és d'ell, no de la noia soltera i que es vesteix com vol perquè per alguna cosa és LLIURE. Gràcies, segueixo.

“No van tontejant amb qualsevol noia que se li travessa i molt menys van comparant a la dona que tenen al costat amb qualsevol altra”. Amb aquesta reflexió, acabo: gomet verd per a tu, punto de vista de mar ingenua. Nois, apunteu-vos-ho: no ens compareu, cadascuna té els seus punts bons i dolents, però no ens compareu, que després venen les inseguretats, i buuuuuuuuuf.

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Xavi fes lo teu...

Xavi: La secció d'avui ve carregada de continguts perquè a mi només meu de donar la mà i agafo el braç sencer. A més estic molt relaxat perquè part de la secció me l'ha fet la Mariona... Avantatges de que sigui la seva secció preferida.

MÚSICA - Always watching you - Peter Cincotti

Començo amb els titulars que m'ha passat la Mariona i comentem sota el meu dictat perquè m'agrada molt manar:

1. Cadena SER: Lligar en temps de pandèmia: del... "tinc terres i bestia" al "tinc gel i rotlles de paper de vàter".
2. Piulada d'Estratègia de Resposta al VIH... "Si has de tenir relacions sexuals amb algú que no formi part del teu cercle de contactes: si no vols tenir petons a la relació mantingues la mascareta ben posada mentre no estiguis realitzant sexe oral. Evita el RIMMING (sexe oral anal). Utilitza condó.
3. Piulada de @todofoba que diu: Com funciona la Covid segons el que he viscut al meu entorn: li menges la boca a un positiu i dones negatiu. Toques una llauna d'olives al supermercat i dones positiu.
4. Piulada de @_sergisantiago: "He tingut una cita i el noi m'ha portat un test d'antigens. 2021 no deixa de sorprendre'm"

MÚSICA - Feeling Good - Michael Bublé

Pep Guardiola

Suu

Berto Romero

Silvia Abril

Andreu Juanola

Laura Rosel

Joel Díaz

Manel Vidal

Magí

Doncs vinga Xavi, donem l'Altaveu per acabat!!!!

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.8.- Català

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

La ginesta altre vegada,
la ginesta amb tanta olor,
és la meva enamorada
que ve al temps de la calor.
Per a fer-li una abraçada
he pujat dalt del serrat:
de la primera besada
m'ha deixat tot perfumat.¹

Un tros d'un poema de Joan Maragall. En català. La nostra llengua. Una llengua que s'està perdent i que sovint no som conscients del que comporta.

Any rere any les xifres del català disminueixen i ja es considerada una llengua minoritzada. I si la llengua es perd, una part de nosaltres desapareix. Desapareix una part de la nostra història, dels nostres costums, de la nostra cultura... I estem deixant que això passi. Com diu la lingüista Carme Junyent, el futur del català depèn de tu. Quan vagis a comprar, parla en català. Quan vagis a un restaurant, parla en català. Quan lliguis, parla català. En definitiva parla en català.

Perquè si la llengua no es defensa, la llengua mor.

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Avui, com ja haureu pogut comprovar avui parlarem sobre el català i els joves. Abans de posar l'accent en el jovent, però parlem sobre l'estat de salut en què es troba la llengua en el context general. Joan, posa'ns en situació.

Joan: El més important és saber que les dades no paren de disminuir. L'entitat Plataforma per la Llengua alerta que estem vivim una EMERGÈNCIA LINGÜÍSTICA i que, ahora, estem vivint una situació paradoxal. Per què una situació paradoxal?

J: Doncs bé, el problema és que tot i que mai hi havia hagut, en termes absoluts, tantes persones capaces d'entendre i expressar-se en català, NOMÉS el 36,1% el parlen de manera habitual. I us preguntareu: per què succeeix això? Plataforma per la llengua explica que, quan una llengua arriba a aquest 30% de parlants, és molt fàcil que aquest deixin de parlar-la habitualment i tendixin a fer-ho espontàniament. Provocant així, la disminució de l'ús en l'àmbit social.

M: Unes dades que il·lustren molt bé el que ens explica en Joan és que, segons l'última enquesta d'Usos Lingüístics de la Generalitat, el català ha perdut mig milió de parlants en els darrers 15 anys.

MÚSICA - Flashy Ice Cream - Enamorat

La nostra pregunta a l'hora de fer aquest reportatge ha estat si, actualment podem considerar que la nostra està en perill d'extinció. Per fer-ho, hem parlat amb la lingüista CARME JUNYENT, que ha explicat de quines fases consta el procés d'extinció d'una llengua. Escoltem la primera:

1. JUNYENT - Primera fase

J: Aquesta bilingüització, nosaltres la vivim amb el castellà. Que en moltes situacions de la nostra vida quotidiana s'imposa al català. Junyent justifica que, tot i no sigui la causa principal, és determinant.

2. JUNYENT - Bilingüisme social

J: Això crea el que se'n diu una norma de convergència, que és una de les situacions més letals per al català.

3. JUNYENT - Norma de convergència

M: Us vull preguntar si feu això sovint. És a dir, que davant del dubte parreu en castellà.

XERRAMECA

M: La conclusió és que cada cop disminueix més l'ús del català i augmenta més el del castellà. Per tant, remarcuem que el català es troba en la primera fase i confirmem que actualment està patint aquest procés d'extinció. Però quines són les següents dues etapes?

4. JUNYENT - Segona tercera

M: Carme Junyent explica molt més sobre aquest procés en el seu llibre EL FUTUR DEL CATALÀ DEPÈN DE TU. Un llibre que us recomaneu si voleu saber-ne més. Amb aquesta explicació sobre l'estat de salut de la nostra llengua. Passem a veure què està passant entre els joves.

MÚSICA - Rosalia - Milionària

M: La situació del català empitjora notablement quan ens fixem en l'ús que en fan els joves.

J: Tornem a l'enquesta d'Usos Lingüístics de la Població de 2018 exposa que només un 35,2% dels joves d'entre 15 i 29 anys tenen el català com a llengua habitual. I a Barcelona, només un 19,5%. Que em sembla força greu.

M: Jo, tot i que m'esperava unes dades força pitjors, em sembla que són molt impactants. Una vegada posats en context, cal entendre el perquè i les conseqüències d'aquesta pèrdua. Per fer-ho hem parlat amb Diego Sola i Garcia, membre de l'executiva de Plataforma de la Llengua, i Marc Guevara Clarmunt, tècnic d'Educació de la mateixa entitat.

J: En primer lloc, cal remarcar la importància de què els joves seguim parlant la llengua. Ho fa el Coordinador d'Educació i Universitats de Plataforma per la Llengua, Diego Sola:

5. DIEGO - Gent de menys de 35

M: Pel que fa al per què. Com els motius en són molts. Us en destacarem alguns. El primer i un dels més greus, és que l'ús del català s'està limitant a l'àmbit acadèmic:

6. DIEGO - Català llengua formal

J: A més, això ho podem relacionar amb un aspecte de l'ús que ens ha explicat Marc Guevara, tècnic d'educació.

7. GUEVARA - Estudis renda zona

J: I això es justificaria amb el fet que el català s'està relacionant amb l'àmbit acadèmic i no amb el nostre dia a dia, una llengua informal.

M: En aquesta línia, jo tenia curiositat per preguntar-li a Marc Guevara si els catalans pequem d'estereotips i sovint limitem la nostra llengua en funció de com és físicament la persona a la qual ens adrecem.

8. GUEVARA - Estereotips

M: No sé vosaltres, però jo que treballo cara el públic me n'adono moltíssim d'això.

XERRAMECA

M: Potser hauríem de reflexionar sobre això. I com estem fent mal a la nostra llengua fent-la un idioma per privilegiats.

M: Dit això, un altre dels motius, que Diego Sola ens avançava. És el fet que als joves ens falten referents en l'àmbit audiovisual i, sobretot, al món digital.

J: De fet, això es veu reflectit en la hipotesis que comparteix Marc Guevara sobre els joves i els dispositius mòbils.

9. GUEVARA - Hipòtesi mòbil

M: Clar, imagineu-vos el patí de l'escola. Ara tots els nens consumeixen molt Youtube, Tiktok, plataformes de vídeo com Netflix, HBO...

J: El problema, és que ens falten referents. Gent que crea contingut en català a totes aquestes plataformes i que doni aquest ús més informal a la nostra llengua.

M: I justament per aquest motiu va aparèixer Canal Malaia.

MÚSICA - The Tyets - Hamaking

M: Hem anat a parlar amb creadors de continguts en català. Concretament hem parlat amb la comunicadora audiovisual Noelia Karanezi Martín, de Canal Malaia i amb la creadora de contingut audiovisual Ofèlia Carbonell Torrents, col·laboradora de Gent de Merda i també de Canal Malaia. Per què creieu que fan contingut en català?

XERRAMECA

M: Joan, que ens van explicar.

J: Doncs el motiu de Noelia Karanezi és ben senzill. Escoltem-la:

10. NOELIA - Català

J: I Ofèlia Carbonell segueix la mateixa línia.

11. OFÈLIA - Llengua que conec

J: I és que en realitat és molt fàcil. Si en el nostre dia a dia utilitzem el català, per què crear el contingut en castellà?

M: A més també cal destacar que allò que hem sentit totes mil vegades de “ És que amb castellà hi ha més mercat” tampoc té perquè ser positiu. De la mateixa manera que hi ha, segons l'institut cervantes, 580 milions d'hispanoparlants, també hi ha moltíssima més competència a l'hora de crear continguts. Per tant això no és excusa per canviar l'idioma a l'hora de crear contingut.

J: Ofèlia Carbonell a més ens explica per què evita utilitzar anglicismes en els seus vídeos.

12. OFÈLIA - Anglicismes

M: Què en penseu vosaltres dels anglicismes?

XERRAMECA

M: Tornem a centrar-nos. Actualment a més, l'entreteniment en català està en auge, i no paren de sortir podcasts i iniciatives, com ens diu Noelia Karanezi.

13. NOELIA - Underground

J: I clar, tot i que és molt important que sorgeixin moltes iniciatives i molts podcasts, també és hora que comencem a demanar no només quantitat, sinó també qualitat, com aquí a la Dissidència, que som la crem de la crem.

14. NOELIA - Coolhunters

M: Per acabar, nois. Què escolteu vosaltres en català, recomanem-los-hi contingut en català?

XERRAMECA

M: Doncs amb aquestes recomanacions, donem el Reportatge per acabat. Us recordem que a les nostres xarxes penjarem molt més contingut de les entrevistes. Ara, però, seguim amb la secció de la nostra Paula preferida.

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Anem a rodar pel món. Paula, comencem a viatjar?

Paula: Doncs si, avui faig el meu “correllengua” internacional i anem a conèixer llengües que, igual que el català, es troben en perill.

MÚSICA - Hitzeman

Comencem per una llengua que, jo personalment, m'estimo molt i que m'encantaria parlar com és l'euskera. Aquest, igual que el català, es va veure amenaçada durant molts anys i la seva existència va perillar. És per això, que començo la secció amb aquesta cançó que combina les dues llengües: Hitzeman, del grup d'Euskalerrria ZETAK amb els Oques Grasses.

Per començar, vull parlar de les polítiques que es van impulsar des del govern Basc l'any 2009, però que no van ajudar gaire a la recuperació de la llengua. Sota el nom EUSKARA 21, es van plantejar 14 objectius. Alguns d'ells eren els següents:

- garantir el coneixement i l'ús de l'euskera entre les noves generacions → una de les maneres seria garantint la transmissió familiar, és a dir, heredant la llengua (fet que pot provocar un bilingüisme en els infants)
- incrementar les oportunitats d'ús de l'euskera en les grans ciutats (és una cosa que sol passar, que es parla més en pobles).
- Aproximar l'euskera als immigrants
- utilitzar noves tecnologies de forma adequada per a incrementar la seva projecció.

Malgrat la bona voluntat del govern euskera, sento dir-vos que, segons publica en un estudi el Clúster Sociolingüístic del País Basc, en els últims 10 anys, l'euskera ha perdut força. Ara mateix, només el 12,6% de les persones utilitzen el euskera de forma habitual: a Biscaia s'ha registrat el 8,8% de parlants; a Guipúscoa el 31,1%, la província amb més xerraires euskeres; i a Àlaba un 4,6%. En les dues primeres províncies, Biscaia i Guipúscoa ha disminuït l'ús, mentre que a l'última ha augmentat (encara que molt poquet, que com veieu la xifra no és molt alta).

En aquest estudi també hi van participar els habitants de Navarra i del País Basc del Nord (de la zona francesa), on el 6,7% i el 5,3% d'habitants parlen la llengua, respectivament. Una dada que cal remarcar, tenint en compte que són altres comunitats autònomes o un altre país i l'euskera no és oficial.

MÚSICA - Segonamà

Mariona: Ui quin ritme ens portes, oi Paula?

Paula: Sí! Us porto aquesta cançó del grup del meu poble (un petó a tothom de Riudoms que m'escolti), Segonamà! Feta la meva aportació patriòtica del dia, segueixo amb la secció.

Ara em vull centrar en l'Irish, l'irlandès. Aquesta llengua d'origen celta, de la qual en van trobar el primer escrit l'any 400 abans de crist. De fet, una dada curiosa, és que a Anglaterra, cap a l'any 1800, un milió de persones parlaven únicament irlandès, però unes tres milions CINCENTES mil persones eren bilingües i parlaven tant aquesta llengua com l'anglès.

Ara mateix, un milió dues-centes mil persones parlen l'irlandès. Podríem dir que això ha estat gràcies a alguns moviments socials que s'han interessat per la cura d'aquesta llengua. La més antiga i millor organitzada és la Lliga Galèica, la qual compta amb 200 seus a tota l'illa. De fet, va ser l'agrupació que va dirigir la campanya per a l'aprovació de la Llei de llengües oficials de l'any 2003, la qual volia protegir els parlants irlandesos. Per exemple, van aconseguir una igualtat d'importància en àmbits oficials entre l'irlandès i l'anglès, i es van posar com a objectiu aconseguir 250.000 parlants de l'idioma per a l'any 2030.

Aquí vull remarcar la força que va tenir el poble irlandès en aconseguir totes aquestes fites, perquè cal recordar que van ser les associacions les quals van impulsar tots aquests moviments. Defenso, i ho defensaré sempre, el poble en moviment és imparable! Per tant nois, apliquem-nos-ho: si no ens activem, també tindrem part de culpa.

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Xavi què ens portes avui?

Xavi: Doncs avui he intentat riure'm d'aquesta llengua nostra que és el català. No us enganyaré, he estat *pel matí* preparant aquesta secció i potser és la pitjor de totes les que he preparat fins ara. Imagineu si és tan horrible que no us *heu enterat* que... no és pel matí i tampoc heu enterat...

Després de la brometa gens graciosa per començar, us he preparat un petit joc per deixar-nos en evidència o per demostrar que som uns fora de sèrie amb el català. Us aviso ja amics i amigues oients que les expectatives abans de començar són baixes, però això pot acabar com una nit en la qual surts només a fer-te una copa i acabes tornant a casa a les cinc del matí. És a dir, nit triomfal. D'acord, començo ja perquè s'està anant de mare...

MÚSICA - Doctor Prats - Massa bé

Ben centrats perquè us porto un article que he trobat a Vilaweb, una de les pàgines referència de La Dissidència. He trobat un article de Jordi Badia Pujol que es titula "Deu frases fetes que semblen catalanes, però no ho són.

<https://www.vilaweb.cat/noticies/deu-frases-fetes-que-semblen-catalanes-pero-no-ho-son/>

No vull acabar la secció sense recomanar-vos una pàgina de Twitter que es diu @elcatalacomcal i que penja cada dia correccions lingüístiques per aquells qui, com jo, utilitzen més el castellà i cometten errades en català. Ja la podeu seguir, com les xarxes de La Dissidència, però això t'ho deixo a tu Mariona.

Doncs vinga Xavi, donem l'Altaveu per acabat!!!!

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.9.- Ludopatía

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

624 milions d'euros. Aquesta és la xifra que va guanyar el sector de les cases d'apostes durant el gener i el setembre de l'any 2020. En la mateixa línia, l'any 2019, la inversió en publicitat sobre els jocs d'atzar als mitjans de comunicació, superava els 183 milions d'euros. Tots aquests guanys, a costa de què...? Doncs exclusivament a costa del nostre benestar emocional.

Avui dia hem avançat en regulació. Ajuntaments com el de Sabadell han prohibit les cases d'apostes a més de 500 metres dels centres educatius i dels equipaments de lleure.

I també s'ha aconseguit regular uns mínims, en un 90%, la publicitat a Internet i mitjans.

Però són suficients aquestes mesures?

Com ens afecten aquests jocs psicològicament?

I, sobretot, quines conseqüències tenen en les nostres vides?

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el QUE tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Un dia més el Joan i jo hem parlat amb experts sobre el tema. Però abans, com sempre us posem en context.

MÚSICA - Dire Straits - Money for Nothing

M: Es calcula que un 0,9% de la població espanyola pateix ludopatia, el que serien gairebé 500.000 persones.

J: A més a més, Espanya té la taxa més alta de ludòpates entre els joves de 14 i 21 anys de tot Europa, segons un estudi de la Federació de Jugadors d'Atzar Rehabilitats.

M: La Responsable d'addiccions comportamentals del consorci sanitari de Terrassa, Núria Aragay Vicente, ens explica a grans trets els perfils de joves amb ludopatia que tracta.

1. NÚRIA - Perfils de pacients

J: Tot i que la mitjana d'edat de pacients amb ludopatia és d'uns 30 anys, cada vegada arriben a l'hospital de Terrassa més joves d'entre 18 i 21 anys.

M: I què fa que el joc sigui addictiu? Núria Aragay ens ho explica

2. NÚRIA - Característiques del joc

J: A part del joc, també és important com és la persona. Si té qualitats com ser impulsiva, tenir poca tolerància al fracàs, donar molta importància als diners o tenir dificultats per no avorrir-se o per enfrontar-se als problemes del dia a dia la persona és més propensa a tornar-se addicte al joc.

M: I a tot això, el confinament també ha afectat els que tenen aquest problema.

3. NÚRIA - Confinament

MÚSICA - ABBA - Money, Money, Money

M: Per arribar a patir ludopatia, però, l'ésser humà passa per 4 fases. Francesc Perendreu Mata, president de l'Associació Catalana d'Addiccions Socials (ACENCAS), ens les ha explicat. Comencem per les dues primeres:

4. PERENDREU - Fase 1 i 2

J: A partir d'aquesta segona fase és quan comença la ludopatia, ja que durant la fase 1 simplement s'és jugador social. Escoltem quines són les dues últimes fases:

5. PERENDREU - Fase 3 i 4

M: Després de conèixer quines són les etapes en què una persona es torna addicta. Abans de seguir, però, us vull preguntar si al vostre entorn la ludopatia hi és present? Coneixeu a algú que la pateixi o l'hagi patit?

M: Seguint amb el reportatge... Amb la pandèmia aquest addicció s'ha agreujat.

6. PERENDREU - Invisible

J: A Perendreu el que realment el preocupa és com han canviat les addiccions, ja que amb l'arribada dels telèfons intel·ligents: l'addicció al mòbil conté altres addiccions.

MÚSICA - Bugo - Videogame

M: Hem parlat amb els tècnics del Servei d'Assessorament i Informació en Drogues i Pantalles de l'Ajuntament de SabadeLL, Xavi Polo Villodres i Cesca Pérez Gil. Des del SAIDP ens informen que la OMS té molt present el perill de la ludopatia

7. SAIDP - OMS i perdre diners

J: El fet de perdre només, entre cometes, 60 cèntims per cada 10 eurUs apostats fa que tinguis la sensació que estàs recuperant tot i que estàs perdent diners i et manté enganxat.

M: A més els jocs d'atzar han canviat i evolucionat al llarg dels últims anys.

8. SAIDP - Xavi evolució jocs d'atzar

J: El fet d'apropar el món dels videojocs al món dels jocs d'atzar apropa el món de les apostes als joves i especialment als menors, i de fet, segons l'enquesta d'hàbits de salut de la Diputació de Barcelona, feta a Sabadell, que ens ha facilitat el SAIDP, el 8% de joves enquestats d'entre 14 i 16 anys ha fet apostes online amb diners en l'últim any, i el 9,3% ha realitzat apostes esportives.

J: Hem de tenir clar que, tot i que pot semblar un percentatge baix, són joves que legalment no poden apostar ni jugar-se diners i que per tant són dades molt preocupants.

M: I no ens movem del món dels videojocs perquè hem de parlar de loot boxes: Sabeu què són?

XERRAMECA

9. SAIDP - Xavi Loot Boxes

M: Per posar-ho en un cas pràctic en Joan ens posa un exemple.

J: Imagineu-vos un joc de futbol en el que et donen un equip amb jugadors molt dolents. Per poder aconseguir has de guanyar diners del joc guanyant partits i gastant-los en comprar sobres en els que et poden tocar aleatòriament jugadors més bons. Doncs el fet de conseguir sobres i que la recompensa d'aquests sobres sigui aleatoria és un fenomen similar al dels jocs d'atzar.

10. SAIDP - Jocs per Menors màquines escurabutxaques

M: Des d'aquest Servei d'Assessorament i Informació en Drogues i Pantalles de l'Ajuntament de Sabadell duen a terme diferents accions per prevenir i informar sobre la ludopatia

11. SAIDP - Què fa?

M: A més també fan tallers i xerrades a escoles, i agrupacions de joves com esplais o caus.

Com ens informa Txesca Pérez Gil del SAIDP, no té perquè haver-hi una substància pel mig perquè una addicció sigui molt perillosa

12. SAIDP - CESCO - Addiccions comportamentals

M: Per il·lustrar-ho, us presentem l'experiència de Francesc Perendreu, recordem que és el president d'ACENCAS.

J: Ell va començar amb 19 anys. Quan només es podia jugar als casinos o a les màquines del bar i la paraula LUDOPATIA gairebé no era coneguda.

13. PERENDREU - Moneda

J: A partir d'aquesta vivència personal, va néixer ACENCAS:

14. PERENDREU - Com neix ACENCAS

J: I tot i haver patit les conseqüències en primera persona, Perendreu remarca que la solució no és prohibir els jocs d'atzar.

15. PERENDREU - No prohibir

M: De fet, si en alguna cosa han estat d'acord tots els participants del programa d'avui és que el més important és la prevenció i l'educació des de ben petits. Des d'aquí ens sumem a aquesta demanda.

M: Ara, però, seguim amb la següent secció. Paula prepara't!!

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Anem a recorre mún! Què descobrim avui, Paula?

Paula: Avui coneixerem quins son els països on hi ha més ludòpates de tot el món. I he de dir que, avui se'ns cauran molts dels grans mites, perquè una cosa que he observat mentre preparava la secció és que els països amb més problemes són els que sempre posem com a exemple i, com a països referents, m'ha semblat com molt contradictori.

MÚSICA - ABBA - The Winner Takes It All

Per començar, he de dir que se m'ha caigut de l'altar un dels meus països preferits. I és que segons afirmava 'The Economist' l'any 2016, Austràlia, la gran Austràlia, és el país del món on més diners es perden en el joc per persona.

De fet, en aquest meravellós país, els ciutadans perden anualment una mitjana de 1.100 dòlars per cap, segons dades de la consultora H2 (eitx tu) GÀmbing CÀpital.

De fet, segons l'article d'aquesta consultora, els australians gasten més de la meitat d'aquests diners, que són uns 590 dòlars, a les màquines escurabutxaques, les conegudes en castellà com 'tragaperras', que es veu que allà són molt conegudes i estan molt normalitzades i tenen un ús molt generalitzat.

Seguint el rànquing, es deixen 200 dòlars en casinos en segon lloc i, en tercer, es gasten uns 100 dòlars en jocs interactius: ja sigui a través d'internet, televisió o cases d'apostes.

Jo, reflexionant, que m'agrada molt... A banda que em sembla una barbaritat i una exageració gastar-se 1.100 dòlars al mes... Vull remarcar una cosa: i és que això és la mitjana!!! Això vol dir que, mentre hi ha algú que no es gasta res, hi ha molta més gent que s'està gastant molts més diners en jocs d'apostes o d'atzar. Em sembla molt fort.

XERRAMECA

En segon lloc del rànquing mundial ens trobem a Singapur, on es gasten una mitjana de 1.040 dòlars per persona. Aquest destaca per ser un dels països on més es juga a casinos en línia i on es fan més apostes esportives. Això es demostra amb el fet que el primer i únic casino

que existeix al país es va inaugurar l'any 2010, i malgrat només tenir-ne un, segueixen ocupant la segona posició. Aquí es veu reflectit l'impacte de les noves tecnologies. Alhora, també crec que influència molt el caràcter de la gent d'allà.

XERRAMECA

MÚSICA - Elvis Presley - Viva Las Vegas

Fins ara hem parlat de mitjanes de diners per persona, que no és el mateix que diners totals gastats al país. Per tant, us porto el país que més diners gasta en total en el joc. Efectivament, és els Estats Units. Era un país que trobava a faltar en el rànquing, i per això l'he volgut homenatjar amb una cançó dedicada a la ciutat culpable d'aquesta dada:

COP MÚSICA - Viva Las Vegas

Exactament amics!! Las Vegas!! Al país nord-americà es destinen un total de 142MIL 200 milions de dòlars l'any al joc. Però si ens fixem en concret en Las Vegas, la mitjana de diners gastats per persona durant el temps que es passa a la ciutat són 500 dòlars. Vull remarcar que aquesta xifra és MOLT elevada per una ciutat, ja que aquesta mitjana és la que es registren en alguns països, i si per un país ja és molt, imagineu-vos per una ciutat sola.

Per acabar, una petita reflexió. Investigant sobre el tema, no he trobat gaires mesures per evitar la ludopatia que vagin més enllà de la limitació de la publicitat i de la protecció dels menors. I és que cal pensar que els casinos en les grans el·lits és un centre de negocis entre els grans magnats de les multinacionals. Per tant, lliguem caps i pensem que tot són interessos en aquesta vida. No vull sonar conspiranòica, peròòòòòò... és el que hi ha!

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Què ens portes avui Xavi?

Xavi: Avui he parat d'innovar, que a la vida tot s'ha de fer amb comptagotes, que si no us canseu molt ràpid i no pot ser. M'he inspirat en la secció que us vaig portar sobre titular vertader i titular fals i us he portat alguns mites sobre la ludopatia. Jo us llegiré el mite i vosaltres m'heu de dir per què és un mite. Però abans tornaré a demanar un canvi de música:

MÚSICA - Lady Gaga - Poker Face

1. Les persones amb ludopatia són molt poques, no és un problema genèric comú.
2. Les persones amb ludopatia són considerades males persones, vicioses i egoistes.
3. Els jocs d'atzar no poden provocar addicció.
4. La persona que presenta problemes de ludopatia en té tota la responsabilitat, ella s'ho ha buscat i ha de ser capaç de detenir-ho i controlar-ho.
5. Aquest tipus de patologia no és un problema genètic ni hereditari

Doncs vinga Xavi, donem l'Altaveu per acabat!!!!

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.10.- Emprenedoria

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

A Catalunya, el nombre d'emprenedors de 18 a 39 anys ha anat perdent pes fins a representar el 48% del total. No obstant això, la taxa d'activitat d'aquests joves emprenedors es va mantenir per sobre de la dels altres grups d'edat al llarg de tot el període 2010-2017, tot i que la del grup de 40-64 anys ha crescut més al llarg dels anys i, per tant, el diferencial entre els dos col·lectius ha tendit a reduir-se.

La dada és preocupant i no l'hem de passar per alt perquè cada vegada els joves emprenen menys i ho fan amb un risc més alt. A més, la situació de la pandèmia ha augmentat la diferència entre classes, tal com indiquen les dades de l'Ajuntament de Barcelona l'any 2017: L'Eixample concentra el major d'emprenedors i Sarrià-Sant Gervasi és el districte amb major propensió a l'emprenedoria. On queden els altres barris? I la resta de Catalunya?

“Europa ha de dedicar importants esforços addicionals per convertir-se en una economia del coneixement i la innovació”. Aquest és el missatge que envia Estratègia EU2020.

És suficient tirar discursos o necessitem mesures de veritat?

Ens costa cada cop més als joves emprendre?

Ha minvat les nostres possibilitats la crisi de la Covid-19?

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Vinga Joan, què ens pots dir de l'emprenedoria?

Joan: Si mirem la llista Forbes de les persones més riques del món trobem que al capdavant hi ha noms com Jeff Bezos, Elon Musk, Bill Gates o Mark Zuckerberg. Què tenen en comú? Que són gent que ha creat la seva pròpia empresa o que han dirigit empreses cap a l'elit industrial. A Catalunya a l'abril d'aquest mateix 2021 es van crear més de 1500 empreses noves, i a l'estat van ser més de 9000 el mateix mes.

M: L'emprenedoria és un dels conceptes de moda dels últims anys i, encara que probablement amb menys èxit que les persones que hem dit abans, milers de persones han començat els seus negocis, i també joves. Així per començar, algú de vosaltres coneix a gent que hagi començat el seu negoci?

XERRAMECA

J: Doncs bé, la Mariona i jo hem parlat amb alguns joves que han decidit emprendre i, fer el que diu la publicitat d'estafes piramidals, allò de ser els seus propis caps. Si voleu us expliquem els seus projectes i escoltem els consells que donen a tots aquells que vulguin ser emprenedors.

MÚSICA - Travie McCoy ft Bruno Mars - Billionaire

M: Comencem parlant amb Paula Segarra Roca, que va iniciar l'empresa de roba Jaypur. Escoltem d'on li va venir la idea:

1. JAYPUR - Origen

J: I una cosa va portar a l'altra i aquest TFG que havia de ser hipotètic va acabant sent una realitat.

M: Estaria bé poder-se dedicar al projecte que fas pel TFG...

J: De fet nosaltres animem a aprofitar el treball de fi de grau, ja que aquest meravellós programa que escolteu és el nostre.

J: El primer any, Jaypur importava les teles i alguns vestits ja cosits d'aquesta família índia. Amb la pandèmia, poder importar es va fer molt més complicat i van canviar el negoci: Actualment, les peces de roba les cusen tallers de dones que han perdut la feina per la Covid-19.

M: La Paula Segarra ens comenta que va poder finançar el projecte gràcies a dues amigues que li van deixar els diners, ja que la inversió inicial no era gaire gran. Veient com ha començat ella el seu projecte, us agradaria a vosaltres emprendre i crear una empresa?

XERRAMECA

J: Doncs mireu el que en pensa Paula Segarra

2. JAYPUR - Aprendre

M: També hem parlat amb Àlex Huertas Galiana, cofundador de Northweek, que per si no ho sabeu és una marca d'ulleres de sol que actualment forma part de l'empresa Hawkers.

J: Àlex Huertas i el seu soci Héctor van començar a guanyar diners de molt joves.

3. HUERTAS - Inicis

J: Algú dels vostres instituts feia coses així?

XERRAMECA

M: I què van fer amb aquests diners? Doncs muntar Northweek

4. HUERTAS - Segon pas

J: Si ens hi fixem, en el fons, van fer una espècie de pla d'empresa informal, ja que van fer un estudi de mercat, van detectar una necessitat o un nínxol, van dissenyar el producte i el van vendre.

M: Li hem demanat a Àlex Huertas que doni un consell a tothom qui vulgui emprendre. Quin creieu que és?, va fem apostes

XERRAMECA

J: Doncs la resposta és la següent

5. HUERTAS - Consell

M: També hem parlat amb l'emprenedora Alba Álvarez (FALTA ENTREVISTA)

M: Què us volem dir i transmetre amb tots aquests casos que hem explicat? Doncs que emprendre és difícil i només ens expliquen els èxits, molta més gent fracassa de la que aconsegueix el que busca. Però tot i així, emprendre és una opció que s'ha de tenir en compte. Una empresa o més ben dit, una idea, pot sorgir de qualsevol lloc i pot ser de mil maneres diferents així que no tingueu por, proveu-ho i si no funciona almenys haureu après i tindreu la consciència tranquil·la.

MÚSICA - Nathy Peluso - Business Woman

M: Ara, a més a més, hi ha diverses ajudes i programes centrats en joves emprenedors.

J: El pròpi Àlex Huertas ha creat un programa per ajudar als joves emprenedors a arrancar els seus projectes

6. HUERTAS - Curs

J: A més, tant Àlex Huertas com Paula Segarra comenten que Barcelona Activa els va ajudar als inicis. Per saber-ne més hem parlat amb el responsable de serveis per emprendre de Barcelona Activa Xavi Dumont Peruga. Ens explica què és Barcelona activa i com funciona.

7. XAVI - BCN ACTIVA

M: Pels casos que ens han explicat els emprenedors que hem entrevistat, Barcelona Activa ajuda des de diversos camps, des de deixar oficines, posar en contacte amb diverses figures del món empresarial que poden ser d'ajuda.

J: Xavi dumont també destaca la importància que els joves empreuguin.

8. XAVI - EMPRENDRE

J: I és que té tota la raó, crec jo. Es pot emprendre de maneres molt diferents i amb diverses motivacions, no només guanyar diners.

M: I si teniu una idea però us preocupa no saber com tirar-la endavant, no patiu

9. XAVI - A ADE no t'ensenyen com començar

M: I vinga va, per acabar, anem a ajudar a la nostra audiència: Què creieu que ens falta, quines necessitats creieu que tenim i poden ser un bon nínxol?

XERRAMECA

M: Doncs això és tot, passem a la secció de la Paula.

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Paula, sorprèn-nos, què aprendrem avui d'arreu del món?

Paula: Avui descobrirem quins són els països on és més fàcil ser un emprenedor o emprenedora, i analitzarem una mica perquè passa.

Per això, repassarem el rànquing que va publicar a principis del passat any 2020 el portal lainformacion.com sobre el 'top ten' dels 10 millors països on emprendre i amb possibilitats de tenir èxit. Però, abans de començar, us vull demanar una cosa: com us podeu imaginar, en aquest rànquing s'hi troba el país preferit del programa: la meravellosa Austràlia, però vull que feu apostes per quina és la posició que creieu en la qual es troba aquest país.

XERRAMECA

Som-hi!

MÚSICA - Silbando al trabajar - Blancanieves

Comencem des de baix cap a dalt, i en la desena posició ens trobem un país europeu: Països Baixos. Aquest posa el focus en la innovació tecnològica i la logística, doncs tenen alguns dels ports marítims més actius d'Europa. Tot i això, també cal remarcar la facilitat i llibertat que dona l'Estat per a formar negocis. Per exemple, el govern facilita a tothom qui vulgui obrir una empresa una espècie de "Pas per pas" que s'ha de fer a l'hora de muntar el teu propi negoci, i consells sobre quines són les formes d'empresa que millor s'adapta a la teva situació.

Desconec que aquí a Espanya o Catalunya hi hagi res semblant?

XERRAMECA

Passem a la posició 9, i, sento dir-vos que és ni més ni menys que Austràlia. I es veu que, malgrat la bona situació econòmica del país, ocupa aquesta posició perquè les barreres i restriccions de capital tant humà com financer estrangers al país són molt altes i, per tant, fer negocis allà és bastant complicat per si es vol fer el pas d'internacionalitzar, o si nosaltres hi

volem anar allà. Des d'aquí reclamo obertament a Austràlia que ens donin el visat i tot el que convingui per poder fer negoci, que us fem sempre molt bona publicitat.

A continuació, posició número 8 trobem Corea del Sud, a la 7 a Suècia, sisena posició per Canadà. En la cinquena per Suïssa, que el portal destaca que és el segon país amb major llibertat per a fer negocis, sobretot en el sector financer i la banda: pillins pillins!! com us agraden, eh, els paradisos fiscals!!!

Quarta posició se l'emporta el Regne Unit, i ja entrem al top 3: i ens trobem ni més ni menys que als Estats Units en tercer lloc. Aquest país destaca per la llibertat gairebé il·limitada per a crear empreses: això provoca, petites empreses a dojo. Ara entenem el motiu pel qual TikTok està tot ple de vídeos demanant ajuda perquè acaba d'obrir la seva empresa de fer polseres perquè un dia la seva tieta li va dir que eren molt maques aquelles que havia fet: "Support my small business".

Tot i ocupar aquest 3r lloc, si hem de tenir en compte les fortíssimes mesures proteccionistes en el mercat estatunidenc, el país se situaria en la posició número 45, ja que no hi ha gairebé llibertat per a fer negocis des de fora.

En segona posició ens trobem al Japó, amb una relativa política empresarial i llibertat per a fer negocis, però realment és una potència mundial molt forta.

I arribem al número 1: apostes per quin país és?

XERRAMECA

Doncs es tracta, ni més ni menys que, d'Alemanya!! I això té una explicació més aviat social que no pas econòmica. Al contrari del cas espanyol, la mitjana salarial és molt alta, fet que provoca que la gent no tingui ganes d'emprendre, perquè ja es conforma amb el que guanya per la seva feina normal. Això fa que l'Estat busqui desesperadament emprenedors, i ho fa amb uns incentius molt lucratius i molt interessants per tothom qui vulgui començar amb el seu negoci.

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Xavi fes lo teu...

Xavi: Avui he tornat una mica als orígens perquè us porto un test de la pàgina Lanzadera per descobrir quin tipus d'emprenedors som. Haurem de respondre les preguntes i d'acord amb aquestes respostes tindrem el tipus d'emprenedor que som. Abans, però, com sóc un sobrat, he buscat cançons motivacionals per emprenedors així que comencem.

MÚSICA - Bon Jovi - It's my life

Doncs comencem amb el test:

<https://lanzadera.es/descubre-tipo-emprenedor-test-interactivo/>

Perfils d'emprenedors:

- El visionari: vas tres passes per endavant dels altres. Veus les oportunitats quan ningú és capaç de fer-ho. A més, ets segur en els teus pensaments i creences. Res ni ningú s'interposa en les teves conviccions i mai perds la passió.
- El persuasiu: tens un do especial per convèncer a qui tu vulguis. Els teus punts forts són la capacitat comunicativa i d'influència que et fa diferent. Pot ser que no siguis el més innovador o especialista, però si tens un repte aniràs a totes.
- L'innovador: les idees més trencadores són les teves. T'ho qüestionen tot i ets molt observador. Estàs en constant moviment i tendeixes a moure't en cercles.
- L'emprenedor nadiu: has nascut per emprendre, tens totes les qualitats necessàries. No veus les empreses com un mitjà per guanyar diners, sinó com una eina per complir els seus somnis.
- L'oportunista: agafa oportunitats per convertir-les en resultats més eficients. Quan saps que alguna cosa pot convertir-se en una bona oportunitat per la teva empresa et llences a fer-ho. Ets ambiciós, coneixes el mercat i les seves tendències, analitzes els consumidors i competidors. Tens el control de tot.
- El multiemprenedor: si no ets d'idees fixes i prefereixes anar coneixent diferents sectors, segurament tractaràs de crear diverses empreses de diferents sectors i així, si alguna no progresses com esperaves, saps que disposes d'altres amb millor suport econòmic. Tingues en compte que és molt complicat posar el focus en totes elles.

- L'inversionista: busques rendibilitzar els diners amb projectes innovadors. Tens capital i vols invertir-lo en la creació d'una empresa.
- Emprenedor per atzar: sense voler-ho ets emprenedor. Ara que estàs en aquest nou món, has de prestar més atenció perquè tot és nou per a tu. La manca d'experiència fa que aquest tipus d'emprenedor tingui una actitud més proactiva, tingui gran capacitat d'adaptació a nous escenaris i sàpiga aprofitar millor els contratemps.

Doncs vinga Xavi, donem l'Altaveu per acabat!!!!

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.1.11.- Maternitat

SINTONIA PROGRAMA

EDITORIAL

SINTONIA EDITORIAL

Tenir fills és un aspecte fonamental per a la vida que, erròniament, recau única i exclusivament sobre les dones. La paternitat suposa un canvi prou gran en la vida d'un home, però ni punt de comparació amb la maternitat. Canvis físics, hormones disparades, i sumant-hi la por de represàlies a la feina pel fet de ser mare, o que la seva vida social no tornarà a ser la mateixa de sempre.

Fins ara, quin perfil de persona teníeu en ment? Una persona d'uns trenta i pocs, oi?

Imaginem-nos ara, aquest gran canvi vital, però en la pell d'una persona que només té 17, 19, 23 anys.

Quins prejudicis li recauen? Què dirà la gent del seu entorn? I, en cas de no ser desitjat, per què la gent no es fixa en l'altra part essencial implicada també en el procés de la fecundació, és a dir, en el noi?

Falta coneixement, falta educació sexual i també fa falta que caiguin molts estigmes i prejudicis sobre les mares que decideixen tenir criatures, més encara, si són joves.

Hola a tots i totes, i benvingudes a la Dissidència, el programa on parlem de tot el que no podem parlar. Som el Xavi de la Ossa, la Paula Montalvo, el Joan Massaguer i una servidora, la Mariona Córdoba. Aquesta temporada arranquem explicant-vos tot el que tenim a la punta de la llengua des de Ràdio Sabadell i amb la col·laboració d'UAB Ràdio.

SEPARADOR 1

REPORTATGE

SINTONIA REPORTATGE

Mariona: Avui parlarem sobre maternitat, i sobretot sobre maternitat jove. Exposarem com ha canviat al llarg dels anys, quines són les dificultats de conciliació de la vida familiar i laboral i parlarem amb dues mares joves.

M: Abans d'entrar en matèria, però, en Joan ens posa en situació.

J: Catalunya ha registrat aquest 2021 una caiguda del 18% en la natalitat. Aquesta xifra ja feia anys que anava a la baixa, però fins ara les davallades eren d'un 3 o un 5 %. I és que la natalitat va estretament relacionada amb les crisis. Quan hi ha inestabilitat econòmica, hi ha menys nascuts. I si ens fixem, des de la crisi del 2008, la baixada ha estat d'un 35%.

M: Per tant, plou sobre mullat. La COVID-19 ha agreujat una baixada que ja era estructural. Però acotant una mica, i fixant-nos en l'edat, aquesta també s'ha vist afectada.

J: Sí, l'edat mitjana amb què les dones tenen el seu primer fill a Catalunya és de 32,2 anys. Espanya està a la cua d'Europa pel que fa a la mitjana d'edat. Si ho mirem per franges d'edat, només un 25,05% de les dones d'entre 20 a 24 tenen el seu primer fill. D'entre les de 25 a 29 anys un 51,98%. I la taxa més alta, és entre 30 i 34 anys amb un 86,48%. De fet, la taxa més alta es registra en els 34 anys sobrepasant una mica el 91%.

M: I tenint en compte que l'edat fèrtil va des dels 21 anys fins els 30, que és quan la fertilitat femenina comença a decreixer, aquestes xifres són sorprenents. A més si mirem les dades més antigues registrades per Idescat no sempre ha estat així, ja que el 1975 l'edat mitjana era de 28,8 anys. Arran d'aquestes xifres, doncs, ens preguntem com ha canviat la maternitat amb els anys no només en termes numèrics, sinó socials.

MÚSICA - John Mayer - Daughters

M: Per entendre com ha evolucionat aquesta etapa de la vida de les dones, hem parlat amb Esther Vivas Esteve, l'escriptora de MAMA DESOBEDIENT: UNA MIRADA FEMINISTA A LA MATERNITAT. Ella mateixa ens explica que la maternitat ha canviat en tant que, actualment, no és una imposició sinó que és una decisió.

1. **VIVAS - Principal diferència**

Però tot i que actualment és una decisió, les mares segueixen sotmeses a una allau de crítiques facin el que facin.

2. **VIVAS - Questionar sempre**

M: Sovint, a més, a les dones se'ns ha plantejat la maternitat com un camí de color de rosa i ens ha faltat informació sobre la maternitat real, amb les seves coses bones i les dolentes.

3. **VIVAS - Parlar de temes difícils.**

J: Esther Vivas en el seu llibre, MAMA OBEDIENT, explica un d'aquests aspectes negatiu, que és la violència obstètrica.

4. **VIVAS - Violència obstètrica**

J: Amb tot plegat el que Esther Vivas defensa i que, a més, basa el seu llibre al voltant d'aquesta idea.

5. **VIVAS - Maternitat desobedient**

En aquesta línia, Vivas explica que el feminisme ha tingut sempre una relació complexa amb la maternitat perquè ha estat utilitzada pel sistema patriarcal per imposar-nos el que havíem de fer.

6. **VIVAS - Feminisme**

MÚSICA - Queen - Bohemian Rhapsody

Un dels grans handicaps per les mares joves és el tema de la conciliació familiar i laboral. Per fer-ho parlem amb la sexòloga Marta Macías.

(ENTREVISTA PENDENT DIA 04/06/2021)

MÚSICA - Jennifer Lopez - Ain't your mamma

Hem tingut l'oportunitat de parlar de tot això amb dues mares joves, l'Agatha i la Mònica. La Mònica ens explica que es va quedar embarassada de sorpresa.

7. **MONICA - Assabentar**

I a més, ens recalca la sort que té de rebre el suport de la seva família, en especial de la seva mare

8. **MONICA - Aurora**

L'Agatha sí que va buscar quedar-se embarassada i, ens explica, com es gestiona el temps per conciliar la seva vida familiar amb la seva faceta d'estudiant.

9. **AGATHA - Estudiar dormir**

El problema al final recau en diferents factors: per una banda, la corresponsabilitat, que la teva parella et doni aquest suport incondicional, i per una altra, els pocs ajuts, dels que hem parlat, que reben les dones i les famílies, perquè és un treball en equip, per dur a terme aquesta tasca de criança.

SEPARADOR 2

INTERNACIONAL

SINTONIA INTERNACIONAL

Mariona: Què ens porta la nostra rodamons particular avui?

Paula: Us porto unes quantes dades sobre la maternitat juvenil arreu del món i, sobretot, què és el que passa amb aquestes noies i les seves criatures.

MÚSICA - Mama spice girls

Segons va publicar el passat gener del 2020 l'Organització Mundial de la Salut, són un total de 16 milions de noies entre 15 i 19 anys, i aproximadament 1 milió de nenes menors de 15 anys les quals es queden embarassades, tiren endavant amb l'embaràs i donen a llum arreu del món.

Tenint en compte aquestes xifres, l'OMS també assegura que les complicacions durant l'embaràs i el part són la segona causa de mort de les joves d'entre 15 i 19 anys. Cal destacar que el 95% de mares d'aquesta franja es troben en països d'ingressos baixos i mitjans (alerta, perill).

De fet, he volgut buscar el rànquing mundial de taxa en maternitat juvenil, i segons la mateixa OMS amb dades de l'any 2018 és el següent: la República Centreafricana se situa en la primera posició, amb una taxa de 229 fills per cada mil noies entre 15 i 19 anys. En segon lloc, trobem a Mozambique, amb 180 nadons per cada mil noies, i el Txad, amb 179. Per veure la comparativa, aquí a Espanya hi va haver aquell mateix any una taxa de 6 nadons per cada 1000 noies d'aquesta franja d'edat. Per si teniu curiositat, la taxa més baixa a nivell mundial se la va emportar la república de Corea (imagino la del sud, perquè la del nord no dona dades, ja sabem com està el tema), amb 0,9 nadons per cada mil noies.

A banda, segons la mateixa institució, les menors de 20 anys tenen un risc un 50% superior de mortalitat prenatal o que el nadó mori durant les primeres setmanes de vida si es compara amb les mares majors de 20 anys. Per tant, és un perill tant pel nadó com per la mare. Un desastre tot plegat.

MÚSICA - Guitarricadela fuente

Anem al tema de l'origen d'aquestes xifres: pot ser que es tracti d'un tema cultural? Sí. Però pareu bé les orelles: segons l'OMS, cada any es practiquen uns 3 milions d'avortaments perillosos entre noies de 15 i 19 anys, fet que afecta molt a les dades de mortalitat materna o problemes de salut que es mantenen al llarg de la vida.

I d'on ve aquest problema? Sí amics meus, allò que ens falta a molts països encara i que n'hi diem educació sexual! I no, no és allò que et venen a classe i t'ensenyen a posar un condó a un plàtan, sinó el que realment necessitem saber: quins mètodes anticonceptius més segurs i més útils hi ha a banda del condó? algú ens pot parlar sobre on es pot anar a buscar la pastilla del dia després i, sobretot, deixar d'estigmatitzar-ho i deixar de provocar vergonyes i inseguretats a aquells adolescents que hagin de fer-ne ús?

Ara imagineu-vos, si en països com el nostre, que ens fem dir desenvolupats, tenim aquestes mancances, com s'han de trobar els adolescents en qualsevol país de l'Àfrica?

SEPARADOR 3

XARXES

SINTONIA XARXES

Mariona: Xavi fes lo teu...

Xavi: Avui no he volgut fer cerca per Internet. Així que sí, m'he saltat tots els protocols, no sanitaris per descomptat, però si morals de La Dissidència. SÓC UN DISSIDENT. Us aviso, però, que la meva bogeria ha valgut la pena, no em detingueu si us plau. He deixat córrer la ment i us porto una secció d'allò més original i que us mantindrà tensos perquè haureu d'endevinar i puntuar. Preparats? Som-hi!

MÚSICA Joan Manuel Serrat - De parto

He escrit una descripció de com seríem cada un de nosaltres com a pares. Ho he fet basant-me en les nostres personalitats i, aviso, apujant els estereotips al màxim. Amb una peculiaritat i és que no diré a qui estic descrivint. Un cop acabi de llegir haureu d'endevinar de qui parlo i puntuar la descripció de l'1 al 10 en funció si creieu que l'he encertada o no.

Nens super ben pentinats i ben vestits. Els més consentits de tota la província. Gent de poble des de petita, criada entre carrers deserts i gent molt penjada que odia tot allò que surt de les seves fronteres. Parlen dient patata i bajoca, dimats i aqueta. Si el nen cau a terra, no han passat ni tres segons que la mare s'ha preocupat per si el nen ha pres mal mentre el pare diu "que n'apregui, això és la vida".

Nens completament salvatges. De ciutat però amb aire de poble. Típica gent que va tot el dia campant per lliure i els nens porten les cames plenes de ferides, però et saben fer una foguera si cal. A la platja pesquen amb un pal i un fil, a la muntanya cacen amb llança, dominen com ningú l'art de la pagesia i són els més grans de tota l'escola. Tranquils de mena, els has de molestar molt i molt seguit perquè saltin i s'enfadin. El pare és el típic boomer de marca que escolta música dels 60 encara que estiguem a 2050 i la mare no puc dir molta cosa perquè no la conec.

Nens senyorets, però perillosos. Et rebenten el cap, però amb elegància. Mare divorciada perquè la relació no va sortir del tot bé, però això és el que tenen els fills. Un cop els tens, són per tota la vida. Va de mare dura, però en realitat deixa fer bastant i no ens enganyarem, ha de mirar tutorials a YouTube per assegurar-se que ho està fent tot perfecte. De vegades els

fills o les filles li han de recordar les coses perquè li passen per alt. Això sí, quan es pot tots cap a la segona residència a la platja a passar els caps de setmana. I ho pot fer perquè els nens, esport, no faran.

Anem amb l'últim que com bé sabeu sóc jo, no hi ha molta sorpresa. Sóc el pare del somni americà. Casa gran amb jardí, quatre o cinc fills i agenda apretada per portar als nens a les 3.400 activitats a les quals estan apuntats. M'agrada passar temps amb els meus, però sóc el típic que quan els nens no estan a casa miro la meva dona i dic: "quina tranquil·litat eh" mentre posen qualsevol cosa a la tele. Cada diumenge tallo la gespa, això no pot faltar i els diumenges dinar amb la família a casa.

Doncs vinga Xavi, donem l'Altaveu per acabat!!!!

SEPARADOR 4

COMIAT

SINTONIA PROGRAMA

Doncs bé, fins aquí el programa d'avui. Us recordem que podeu trobar el Podcast del programa a radiosabadell.fm, a Spotify i a iVoox.

D'altra banda, podeu trobar el contingut d'avui i molt més a les nostres xarxes socials: a Instagram, Twitter i TikTok! Allà també podreu començar a ensumar-vos de què parlarem al pròxim programa.

Y con esto y un bizcocho... Fins la setmana que ve!

SINTONIA PROGRAMA

8.2.- Enquestes dels programes

- [Enquesta de Salut Mental i Atur](#)

Imatge 5, 6 i 7. Enquestes salut mental i atur

Sección 1 de 3

Salut Mental & Atur

Som La Dissidència, un programa de ràdio que tracta les problemàtiques de la gent jove. Estem elaborant dues enquestes per conèixer les diferents problemàtiques en salut mental i atur entre nosaltres i possibles casos derivats de la pandèmia, amb les seves conseqüències psicològiques i/o laborals. Respondre són menys de 5 minuts i ens ajudeu moltíssim.

Gràcies a tots i a totes!

Edat

Texto de respuesta corta

Gènere *

☐ Dona

☐ Home

☐ Altres

☐ Prefereixo no dir-ho

Situació professional *

☐ Treballant

☐ Estudiant

☐ Otra...

Salut Mental

Descripción (opcional)

La salut mental és important? *

- ☐ Sí
- ☐ No

Amb la pandèmia ha guanyat en rellevància? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Té la mateixa que abans

És encara un estigma tot allò relacionat amb la salut mental? *

- ☐ Sí
- ☐ No

Creus que els joves hem patit més els efectes de la pandèmia? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ Igual que altres grups d'edat

Les administracions han escoltat els joves? *

- ☐ Sí
- ☐ No

Consideres positiu anar al psicòleg? *

- ☐ Positiu
- ☐ Negatiu
- ☐ Indiferent

Hauria de ser el psicòleg part de la sanitat pública? *

- ☐ Sí
- ☐ No
- ☐ No ho sé

Atur

Descripción (opcional)

Sabies que Espanya és el país amb més atur juvenil (40,1%) de tota la Unió Europea? *

- ☐ Si
- ☐ No

Per què hi ha tanta atur juvenil a Espanya? *

Texto de respuesta larga

Quina és la solució a l'atur juvenil? *

Texto de respuesta larga

Estàs buscant feina? *

- ☐ Si
- ☐ No

Tens perspectives de trobar-la? *

- ☐ Si
- ☐ No

Tens pensat treballar a Catalunya/Espanya o prefereixes marxar fora? *

- ☐ Catalunya i/o Espanya
- ☐ Marxar

- [Enquesta Addicció a les Xarxes Socials](#)

Imatge 8. Enquesta addicció xarxes socials

Xarxes Socials

Descripción del formulario

Utilitzes xarxes socials?

☐ Sí

☐ No

Amb quina freqüència?

☐ Diàrie

☐ Cada dos dies

☐ Setmanal

☐ Mensual

☐ Mai

Quina xarxa utilitzes més?

☐ Instagram

☐ Twitter

☐ Tik Tok

☐ Altre

Quantes hores passes a la teva xarxa social preferida?

☐ 1

☐ 3

☐ 2

☐ 5

☐ Altre...

Ets adicte a les xarxes socials?

☐ Sí

☐ No

☐ Tal vegada

En general, les consideres positives o negatives?

☐ Positives

☐ Negatives

Com en reduiries el consum?

.....

8.3.- Mostra de continguts a xarxes socials

8.3.1.- Llançament de les xarxes socials

8.3.1.1.- Instagram

- Mosaic amb el logotip: [imatge 1](#); [imatge 2](#); [imatge 3](#)

Imatge 9. Mosaic amb logotip



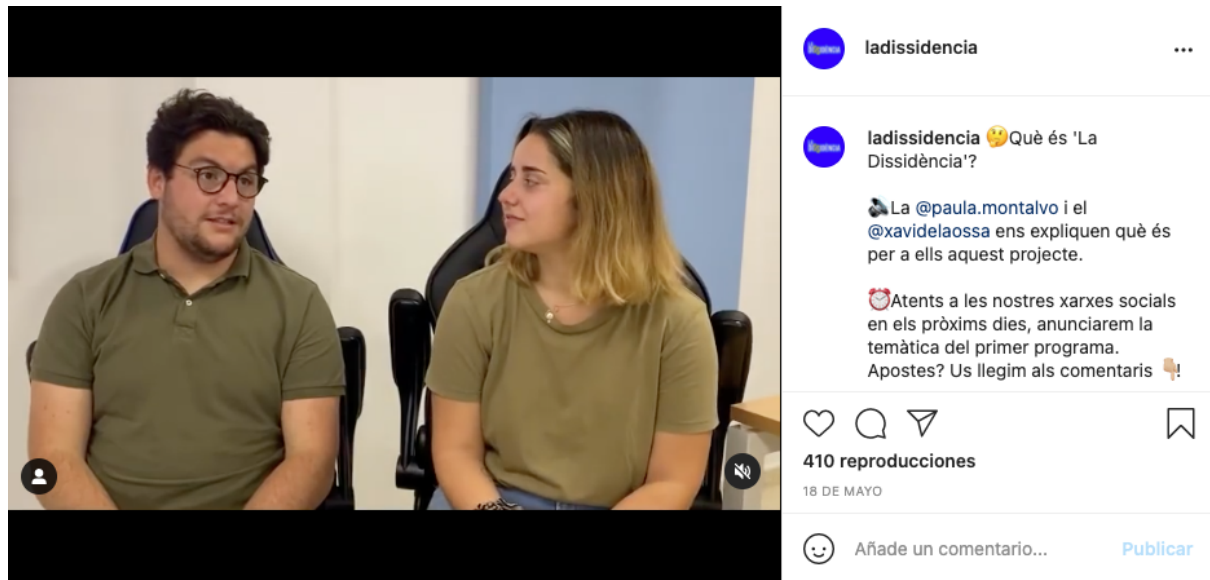
- Vídeo presentació de l'equip:
 - [Joan i Mariona](#):

Imatge 10. Captura presentació Joan i Mariona a Instagram



- [Xavi i Paula:](#)

Imatge 11. Captura presentació Xavi i Paula a Instagram



- [Anunci de la data d'estrena del programa a Ràdio Sabadell:](#)

Imatge 12. Captura anunci data d'estrena



8.3.1.2.- Twitter

- [Presentació del projecte:](#)

Imatge 13. Captura presentació Twitter



- Presentació dels membres:

- [Joan i Mariona](#):

Imatge 14. Captura presentació Joan i Mariona a Twitter



La Dissidència @ladissidencia · 18 de maig

...

🗣️ Què és 'La Dissidència'?

🔊 La @_marionacordoba i el @JoanMassaguer ens expliquen què és per a ells aquest projecte.

🕒 Atents a les nostres xarxes socials en els pròxims dies, anunciarem la temàtica del primer programa. Apostes? Us llegim als comentaris 👉 !



- [Xavi i Paula:](#)

Imatge 15. Captura presentació Paula i Xavi a Twitter



La Dissidència @ladissidencia · 18 de maig

...

🤔 Què és 'La Dissidència'?

🔊 La [@PaulaMontalvoA](#) i el [@xavidelaossa](#) ens expliquen què és per a ells aquest projecte.

🕒 Atents a les nostres xarxes socials en els pròxims dies, anunciarem la temàtica del primer programa. Apostes? Us llegim als comentaris 🙌 !



5



13



- [Presentació de la data d'estrena:](#)

Imatge 16. Captura data estrena a Twitter

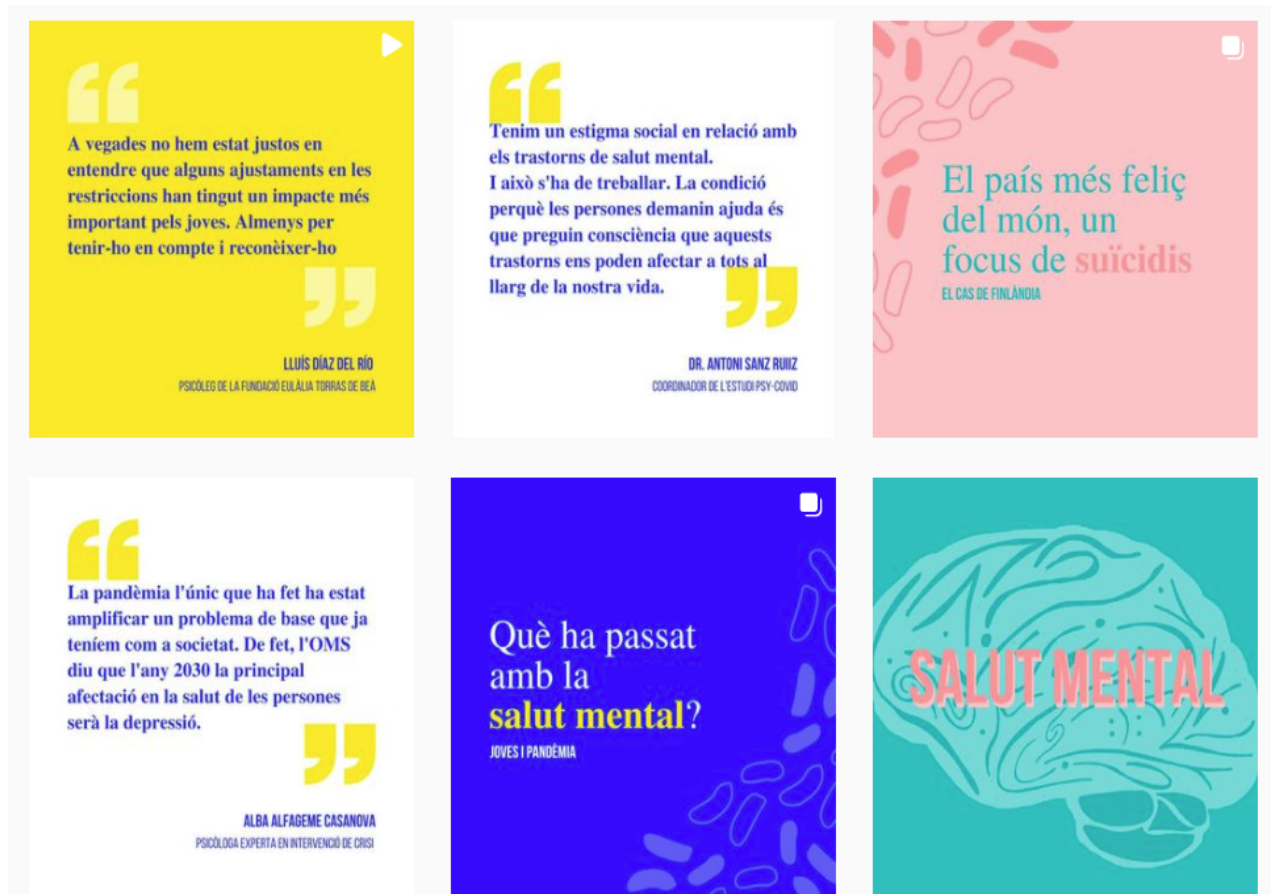


8.3.2.- Continguts de Salut Mental

8.3.2.1.- Instagram

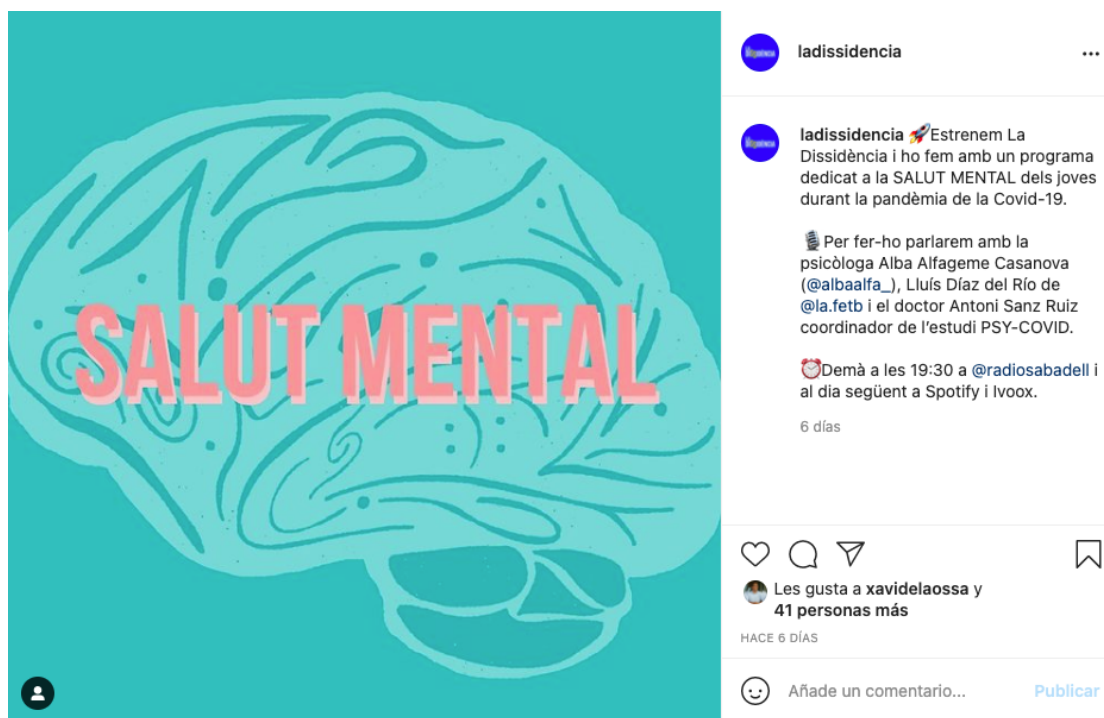
- Vista general del [perfil](#) després d'una setmana de contingut:

Imatge 17. Captura del perfil d'Instagram



- Cartell:

Imatge 18. Captura cartell Instagram




- Reportatge:

Imatge 19, 20, 21, 22 i 23. Captura Instagram reportatge




Durant la pandèmia...



1 DE CADA 2 JOVES
pateix simptomatologia
relacionada amb
ansietat i depressió

1 DE CADA 4 PERSONES
patirà algun trastorn
de salut mental
alguna vegada a la
seua vida



• • • • •

L'atenció psicològica a
joves i adolescents, només
a Barcelona, s'ha disparat **UN 138%**

Els intents de
suïcidi han crescut **UN 30% MÉS**

Tot i això, continua
sent un tema tabú.

• • • • •

Amb la pandèmia, s'ha posat l'accent en les
mancances del servei d'atenció psicològica
en el sistema **públic**.

L'últim informe de salut mental del Defensor del
Poble (2018) exposa que, a **Espanya**, la ràtio és de
6 PSICÒLEGS DE MITJANA
PER CADA 100.000 HABITANTS

Per sota de la mitjana europea que és de
18 PSICÒLEGS DE MITJANA
PER CADA 100.000 HABITANTS

• • • • •

Recupera el podcast
sobre **Salut Mental** a
l'enllaç de la bio

• • • • •

- Declaracions:
 - [Declaració 1:](#)

Imatge 24. Captura declaracions Instagram 1

“
La pandèmia l'únic que ha fet ha estat
amplificar un problema de base que ja
teníem com a societat. De fet, l'OMS
diu que l'any 2030 la principal
afectació en la salut de les persones
serà la depressió.
”

ALBA ALFAGEME CASANOVA
 PSICÒLOGA EXPERTA EN INTERVENCIÓ DE CRISI

ladissidencia ...

ladissidencia 🧠 La pandèmia ha agreujat un problema de base de la nostra societat: l'analfabetisme emocional. Segons la psicòloga Alba Alfageme Casanova (@albaalfa_), formem part d'una societat enfocada al "tenir" i que sovint oblida el "ser". Obviant preguntes com: què et fa feliç? O què és important pel teu benestar?

💡 És important apostar per una educació emocional de qualitat des del bressol?

👉 Per saber-ne més, podeu recuperar el programa a l'enllaç de la bio!

3 días

♡ 💬 📌

83 reproducciones
 HACE 3 DÍAS

😊 Añade un comentario... [Publicar](#)

- [Declaració 2:](#)

Imatge 25. Captura declaracions Instagram 2



“
Tenim un estigma social en relació amb els trastorns de salut mental. I això s'ha de treballar. La condició perquè les persones demanin ajuda és que preguin consciència que aquests trastorns ens poden afectar a tots al llarg de la nostra vida.
”

DR. ANTONI SANZ RUIZ
 COORDINADOR DE L'ESTUDI PSY-COVID

ladissidencia 1 de cada 4 persones patirà algun trastorn mental al llarg de la seva vida. Segons el Dr. Sanz, actualment patir-ne segueix comportant una sèrie d'estigmes i l'objectiu ha de ser normalitzar-ho, ja que és molt comú en la nostra societat.

💡 Creus que és un tema tabú? T'has plantejat mai anar al psicòleg i no ho has fet pel "què diran"?

👉 Per saber-ne més, podeu recuperar el programa a l'enllaç de la bio!

1 día

85 reproducciones
 HACE UN DÍA

- [Declaració 3:](#)

Imatge 26. Captura declaracions Instagram 3



“
A vegades no hem estat justos en entendre que alguns ajustaments en les restriccions han tingut un impacte més important pels joves. Almenys per tenir-ho en compte i reconèixer-ho
”

LLUÍS DÍAZ DEL RÍO
 PSICÒLEG DE LA FUNDACIÓ EULÀLIA TORRAS DE BEÀ

ladissidencia Lluís Díaz del Río de @la.fetb exposa que la pandèmia i en concret les restriccions ha afectat més als joves, ja que socialitzar forma part del seu procés evolutiu.

💡 De quina manera us han afectat les restriccions?

👉 Si voleu saber-ne més, podeu recuperar el programa a l'enllaç de la bio!

13 h

50 reproducciones
 HACE 13 HORAS

Añade un comentario... [Publicar](#)

- Internacional:

Imatge 27, 28, 29, 30 i 31. Captura post secció Internacional Instagram





8.3.2.2.- Twitter

- [Presentació de la temàtica del programa:](#)

Imatge 32. Captura presentació programa Twitter



- Piulades en directe del contingut del programa:

Imatge 33, 34, 35, 36, 37, 38 i 39. Captura piulades en directe del contingut del programa



La Dissidència @ladissidencia · May 26

...

▶ COMENÇA EL PROGRAMA #LD1

🧠 "Vivim en una societat en què parlar de sentiments és l'excepció i no la norma. En què se'ns demana produir, però no pensar. En què demanar ajuda psicològica comporta enfrontar-se a una sèrie d'estigmes que ens han imposat"

🔊 radiosabadell.fm



La Dissidència @ladissidencia · May 26

...

🎙️ EL REPORTATGE

🗣️ Lluís Díaz: "A vegades no hem estat justos en entendre que alguns ajustaments en les restriccions han tingut un impacte més important pels joves. Almenys per tenir-ho en compte i reconèixer-ho".

🔊 radiosabadell.fm



La Dissidència @ladissidencia · May 26

...

🎙️ EL REPORTATGE #LD1

🗣️ Dr. Sanz: "Tenim un estigma social en relació amb els problemes de salut mental. La condició perquè les persones demanin ajuda és que prenguin consciència que aquests trastorns ens poden afectar a tots al llarg de la vida"

🔊 radiosabadell.fm





La Dissidència @ladissidencia · May 26

...

EL REPORTATGE #LD1

@alba_alfageme_: "Venim d'una societat capitalista focalitzada en el tenir, de 'tu què tens' i 'per ser feliç has de tenir moltes coses'. I hem deixat de banda el ser: totes aquelles reflexions i aprenentatges més essencials."

radiosabadell.fm



1

3



La Dissidència @ladissidencia · May 26

...

MIRALL A L'EXTERIOR #LD1

Sabies que des de l'any 1995, a Austràlia es garanteix una bona atenció psicològica i psiquiàtrica a tots els centres sanitaris, gràcies a la dedicació de recursos en el personal?

radiosabadell.fm



1



La Dissidència @ladissidencia · May 26

...

L'ALTAVEU #LD1

21.000 persones es van suïcidar al Japó durant el 2020 a causa de la pandèmia. Creieu que la pandèmia ha fet visible aquesta problemàtica?

Us llegim als comentaris!

radiosabadell.fm



1





La Dissidència @ladissidencia · May 26



👉 Fins aquí el programa d'avui! #LD1

📻 Demà podreu escoltar el programa des de Spotify i Ivoox. 💡 I recordeu que durant tota la setmana podreu gaudir de continguts extres a les nostres xarxes socials.



3



- [Anunci del podcast disponible:](#)

Imatge 40. Captura anunci podcast disponible Twitter



La Dissidència @ladissidencia · May 28



Ja teniu disponible el programa de SALUT MENTAL a els plataformes d'Spotify i Ivoox!!

👁️ Trobareu l'enllaç a la nostra bio



2

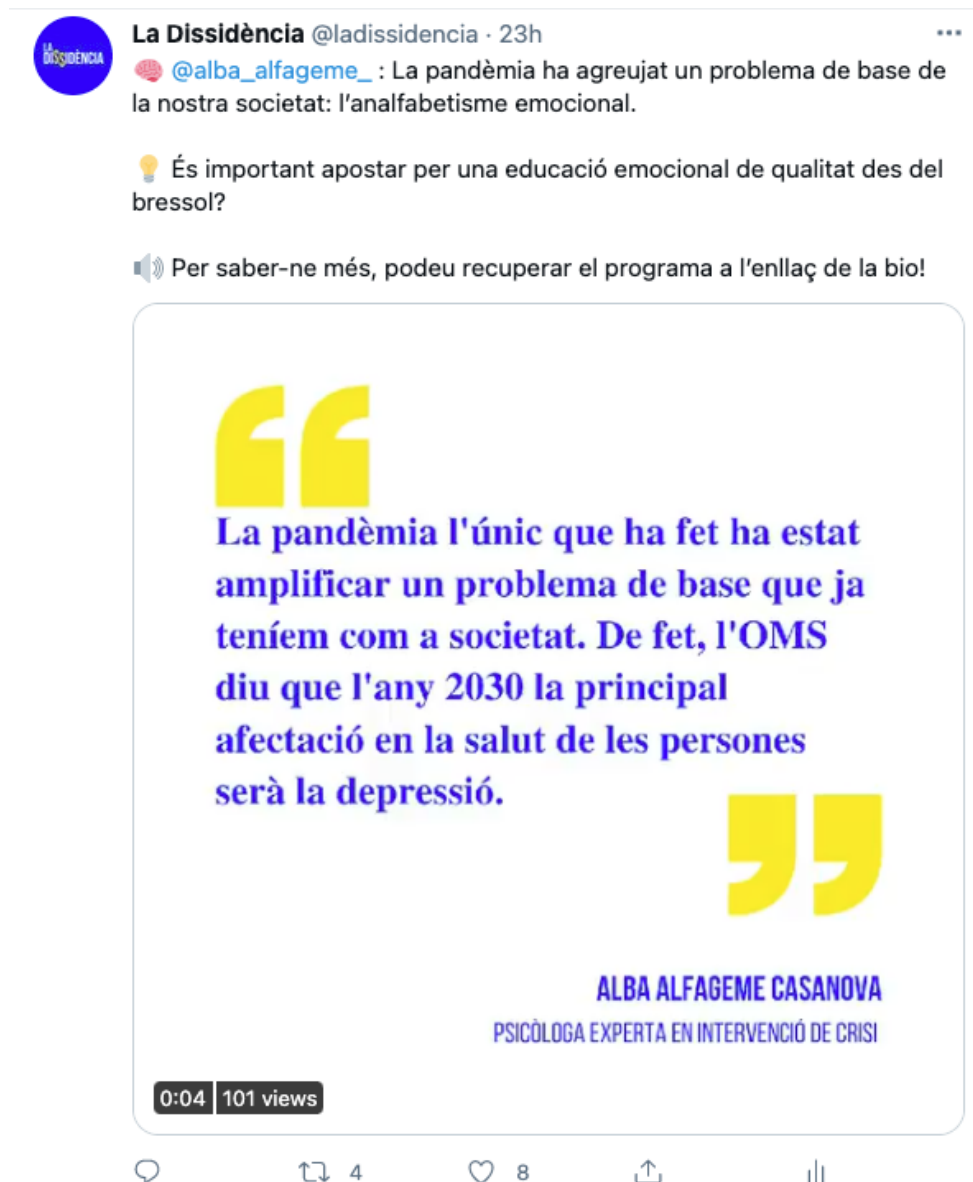


5



- Declaracions:
 - [Declaració 1](#):

Imatge 41. Captura declaració Twitter 1



- [Declaració 2:](#)

Imatge 42. Captura declaració Twitter 2



La Dissidència @ladissidencia · 14h

...

🧠 El Dr. Sanz explica que durant la pandèmia, a Espanya, les dones han patit més efectes psicològics. El motiu? Un component sociocultural que sovint es veu reflectit en les tasques de la llar o la cura dels fills.

🔊 Per saber-ne més escolta el programa a l'enllaç de la bio!

“

L'afectació diferencial de les dones per sobre dels homes passa en tots els grups d'edat al nostre país, però no a tots els països. Per tant, és evident que hi ha algun component de naturalesa sociocultural que està present al nostre país i no en altres.

”

DR. ANTONI SANZ RUIZ

COORDINADOR DE L'ESTUDI PSY-COVID

0:13 22 views



- Internacional:

Imatge 43, 44, 45 i 46. Captures presentació secció Internacional Twitter





La Dissidència @ladissidencia · 54m

...

De mitjana, dues persones se suïciden cada dia al país nòrdic, sent la majoria 🧑 homes.



1



1



La Dissidència @ladissidencia · 54m

...

Per saber-ne més, podeu recuperar el programa a l'enllaç de la bio!

Recupera el podcast
sobre **Salut Mental** a
l'enllaç de la bio



1



8.4.- Agenda de contactes

Imatge 47. Captura Agenda de Contactes

	A	B	C	D	E	F	G
	NOM	CÀRREC	EMPRESA	CIUTAT	TÈLFON	MAIL	ALTRES
1	Sandra Álvaro	Cap de comunicació	Comunicació Hospital Parc Taulí	Sabadell	667727322		
2	Susana Jiménez Murcia	Coordinadora Unitat Jo	Hospital de Bellvitge	Barcelona		prensa.bellvige@bellvitge.cat	
3	Francesc Perendreu	Ex-ludòpat i president	Associació Catalana d'Addiccions S	Barcelona			
4	Programa Desconnecta (Marc Masip)	Expert Addiccions	Programa Desconnecta	Barcelona/Madrid		info@programadesconnecta.cat	
5	Lluís Díaz del Río	Psiçolog	Fundació Eulàlia Torras de Beà	Barcelona	659928771	dpd@feth.org	Responsable de
6	Alba Alfageme Casanova	Psiçologa i professora	Universitat de Girona	Girona	647333291	albaalfa@gmail.com	
7	Antoni Sanz Ruiz	Coordinador PSY-COV	Universitat Autònoma de Barcelona	Barcelona		antoni.sanz@uab.cat	
8	Laila Girós	Directora General de Jt	Generalitat de Catalunya	Sabadell	677074314		Twitter: @LaiaGi
9	Guillem Saló i Ministral	Cap de comunicació Jo	Generalitat de Catalunya	Barcelona	607073967	gsalom@gencat.cat	
10	Juan Miquel Verd Pericàs	Sociòleg i professor	Universitat Autònoma de Barcelona	Barcelona	633860619	joanmiquel.verd@uab.cat	
11	Elena Álvarez	Portaveu Nacional de l'	UGT	Barcelona	634529574		Instagram: @alvarez
12	Irene Ortiz	Coordinadora d'Acció J	CCOO	Barcelona	616631769	prensa@cceo.cat	
13	Guillermo Chirino Gálvez	Portaveu del CNJC	Consell Nacional de Joventut de Ca	Barcelona	660265406	guillermo.chirino@cnjc.cat	
14	Joffre López Oller	Sociòleg	Observatori d'Emanicipació del Cons	Barcelona	647456381	joffrelo@gmail.com	
15	Martina Jiménez	Militant Sindicat de Lloc	Sindicat de Logateres	Sabadell	625118158	info@llogatersabadell.ca	
16	Marina Bosquez Prous	Professora	Universitat Oberta de Catalunya	Barcelona	934505393	mboosquep@uoc.edu	
17	Sara Carbonell Curralo	Tècnica FAS	Fundació Autònoma Solidària	Cerdanyola del Vallés		fasc.salut@uab.cat	
18	Xavi Polo Villodres	Tèctic SAIDP	Ajuntament de Sabadell	Sabadell	680402795	infodrogues@ajsabadell.cat	
19	Cescas Pérez Gil	Tèctic SAIDP	Ajuntament de Sabadell	Sabadell	626 736 329	FrPerez@ajsabadell.cat	
20	Andrés Chamorro Lusar	Professor	Universitat Autònoma de Barcelona	Cerdanyola del Vallés		Andres.Chamarro@uab.cat	
21	Gemma Gómez Bernal	Professora	Universitat Autònoma de Barcelona	Cerdanyola del Vallés		Gemma.Gomez.Bernal@ua	Doctora en Com
22	Rosa Diaz	Psiçologa	Hospital Clínic	Barcelona	932279969	RDIAZ@clinic.cat	
23	Reme Rubio Gracia	Directora Estela Nova	Estela Nova	Arenys de Mar	654023745		
24	Allidu Annadu	Jove Migrat	Estela Nova	Badalona	631296502		
25	Imad Bakalli	Jove Migrat	Estela Nova	Badalona	632995228		
26	Francesc Núñez Mosteo	Sociòleg	Universitat Oberta de Catalunya	Barcelona	932542115	fnunez@uoc.edu	Estudiis d'Arts i H
27	Sílvia Pastells Puigol	Psiçologa i sexòloga		Barcelona	68642050	siliapastells@oopc.cat	
28	Carme Junyent Figueres	Lingüista	Universitat de Barcelona	Barcelona		mjunyent@ub.edu	
29	Diego Sola i Garcia	Membre de l'executiva	Plataforma per la Llengua	Barcelona		ablberge@plataforma-llengu	
30							

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	NOM	CÀRREC	EMPRESA	CIUTAT	TELÈFON	MAIL	ALTRES	
31	Marc Guevara Clarmunt	Tècnic d'Educació	Plataforma per la Llengua	Barcelona	648624545			
32	Noelia Karanezi Martín	Comunicadora Audiovisual	Canal Malaia	Barcelona			Instagram: @noe	
33	Ofèlia Carbonell Torrents	Creadora Contingut Aui Canal Malaia i Gent de Merda		Barcelona			Twitter: @offxelia	
34	Núria Aragay Vicente	Responsable d'addicció Consorci Sanitari de Terrassa		Terrassa		NAragay@cst.cat		
35	Paula Segarra Roca	Emprenedora	Jaypur Collection	Barcelona	696157437			
36	Àlex Huertas Galiana	CoFundador de Northw Hawkers - Northweek		Barcelona			Instagram: @hor	
37	Alba Álvarez de Dios	Emprenedora	Alba Alvarez Shop	Ripollet			Instagram: @albaalvarezzz	
38	Xavi Dumont Peruga	Responsable de Servei Barcelona Activa - Ajuntament de B:	Barcelona Activa	Barcelona	934019812			
39	Esther Vivas Esteve	Esriptora de MAMA DI		Sabadell / Barcelona		esther.vivas@pangea.org		
40	Marta Macias	Sexòloga	Coop4equality	Barcelona	630108987			
41	Sergi Garcés	Director Ràdio Sabadel	Ràdio Sabadell	Sabadell	678775683	sergigarcés77@gmail.com		
42	Carlos Tavera	Comunicació Elisenda / Ajuntament de Barcelona		Barcelona	695802302			
43	Aleix Graell	Periodista	Ràdio Sabadell	Sabadell	618180158	aleixgraell@gmail.com		
44								
45								
46								

